جامعة اليرموك
كلية الإعلام
قسم الصحافة



مصداقية أخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة

The Credibility of Jordanian Television News Among the Members of the Jordan Press Association : A Comparative Study Between the Governmental and Private Television's Channels

إعداد
عبدالخالق عبدالمجيد علي العزام

إشراف
الأستاذ الدكتور عصام سليمان الموسى

حقل التخصص- الإعلام

2013

مصداقية أخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين الأردنيين:

دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة

إعداد

عبدالخالق عبدالمجيد علي العزام

بكالوريوس صحافة وإعلام، جامعة البتراء، 2010 م

قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في تخصص الصحافة والإعلام في جامعة اليرموك، اربد، الأردن

وافق عليها

عصام سليمان موسى .... رئيساً

أستاذ في الإعلام، جامعة اليرموك

حاتم سليم العلاونة.. عضواً

أستاذ مشارك في الإعلام، جامعة اليرموك

ابراهيم أحمد أبو عرقوب................................. ....عضواً

أستاذ مشارك في علم الاجتماع، الجامعة الأردنية

الإهـــــداء

إلى أرواح شهداء ثورات الربيع العربي في كل مكان، الذين سالت دماؤهم

زكية ليفوح عبقها على درب الحرية،

إلى أمهاتهم الثكالى وآبائهم الصابرين المحتسبين

إلى أبنائهم اليتامى

إليهم جميعا أهدي ثمرة جهدي المتواضع

الباحث

شكر وتقدير

"ربِ أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ وأن أعمل صالحاً ترضاه، وأدخلني برحمتِك في عبادك الصالحين"(النمل: 19).

الحمد لله أولا على ما وهب وأعطى، والشكر له على تيسيره لأمري وتذليله الصعاب أمامي، إنه نعم المولى والنصير.

وفي هذا المقام أجد نفسي مدينا بالشكر الجزيل والموصول لأستاذي الدكتور عصام سليمان الموسى، الذي تفضل مشكورا بقبول الإشراف على هذه الرسالة، ولما قدمه لي من رعاية ومتابعة وتوجيه، مما كان له كبير الأثر في شحذ همتي وعزيمتي لإكمال هذا العمل المتواضع، فجزاه الله عني خير الجزاء. كما أتقدم بالشكر الوافر لنقابة الصحفيين، مؤسسة ومنتسبين، لما قدموه من تسهيلات وتعاون في الحصول على المعلومات والبيانات، وإلى جميع أساتذتي الكرام الأفاضل في كلية الأعلام، وأخص بالذكر الدكتور حاتم علاونة، والدكتور علي النجادات ، والدكتور "محمدهاشم" السلعوس، لما قدموا من نصح وتوجيه طوال مدة الدراسة فجزاهم الله خيرا. ولا يفوتني أن أقدم جزيل شكري وعرفاني لوالدي الأستاذ الدكتور عبدالمجيد العزام على ما بذله من جهد لمساعدتي في تحليل البيانات الإحصائية.

فلكل هؤلاء جزيل الشكر والعرفان، وأسال الله العزيز أن يسبغ عليهم الصحة والعافية.

الباحث

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

الملخص

العزام، عبدالخالق عبدالمجيد علي. "مصداقية اخبار القنوات التلفزيونية الأردنية لدى الصحفيين الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة". رسالة ماجستير بجامعة اليرموك. 2013 (المشرف: ا.د. عصام سليمان موسى)

تهدف هذه الدراسة الاستطلاعية إلى الكشف عن آراء مجتمع الدراسة ، وهم أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين والبالغ عددهم 970 صحفيا وصحفية، إزاء مصداقية القنوات التلفزيونية الأردنية، الحكومية والخاصة، من خلال تغطيتها الإخبارية، وعن العلاقه بين عدد من الخصائص الإجتماعية والإقتصادية لأفراد العينة، وبين آرائهم في مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة، إضافة الى التعرف على العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين موضوع الخبر الذي تبثه القناة.

ولأن الدراسة استطلاعية، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، إضافة الى المنهج المقارن لتحديد اوجه الشبه والاختلاف، واستنباط المقارنة بين فئات العينة المختلفة من جهة وبين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة من جهة أخرى. واعتمد الباحث صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات تم توزيعها على افراد العينة.

و أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة، هي:

1- تدني مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والخاصة بشكل عام، إلا أن درجة مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة كانت أعلى من درجة مصداقية نظيراتها في القنوات الحكومية.
2- وجود علاقة طردية بين مدى الاعتماد ودرجة مصداقية الأخبار لكل من القنوات الحكومية والخاصة، أي بمعنى تزايد درجة المصداقية مع تزايد مدى الاعتماد.
3- وجود علاقة دالة إحصائيا بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزيونية.

الكلمات المفتاحية: مصداقية الأخبار، الصحفيون الأردنيون، القنوات التلفزيونية الأردنية.

The Credibility of Jordanian Television News Among the Members of the Jordan Press Association(JPA) : A Comparative Study Between Governmental and Private Television's Channels

Abstract

The aim of this exploratory study to reveal views of the study population, who are members of the JPA and totaling 970 journalists about the credibility of Jordanian television channels, public and private through news coverage, about the relationship between a number of social and economic characteristics of the sample, and between their views on the credibility of the news television in the government and private channels, as well as to identify the relationship between the credibility of television news and the topic of the news broadcast by the channel.

The fact that the study is exploratory, descriptive analytical approach was used, in addition to the comparative approach, to identify similarities and differences, and devise comparison between different sample groups on the one hand and between the governmental and private channels on the other. The researcher developed a questionnaire to collect the required data, which was distributed to respondents.

The most important findings of the study, are:

1 – low credibility of television news in both public and private channels in general, but that the credibility of television news in the private channels have higher credibility than their counterparts in government channels.

2 – There is a direct correlation between the extent of reliance on the media and the degree of credibility of news in both governmental and private channels, which means that, increasing the degree of credibility with increased reliability.

3 – There is a relationship between the credibility of television news and the subject of the news, that is aired by the TV channel.

Key Words: the credibility of the news, Jordanian journalists, Jordanian television channels.

الفصل الاول

الإطار العام للدراسة

يقدم هذا الفصل الأول إطاراً عاماً للدراسة من حيث أنه يوضح خلفية مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها وأسئلتها.

المقدمة:

لم يعد بمقدور وسائل الإعلام في عالمنا المعاصر إخفاء الحقيقة عن المشاهد، إذ اصبح ذلك امرا بالغ الصعوبة بسبب تدفق الأخبار والمعلومات وتنوعها وتخطيها الحدود الجغرافية للـــدول دون سابق إنذار أو حاجة (لفيزا) مرور، كما أن أزمة المصداقية بالرسالة الإعلامية تجعل جهود المرسل عديمة الجدوى، وقد يحصل على عكس ما يريد من نتائج وأهداف.

وبينت دراسة العزام و خزنة كاتبي(2010) التي أجريت على الجمهور الأردني بهدف الكشف عن أداء وسائل الإعلام الأردنية بشكل عام، أن مصداقية وسائل الإعلام الأردنية في نشر الأخبار كانت بدرجة "متوسطة"، وأن دورها الرقابي على أعمال الحكومة والبرلمان كانت ضعيفة بسبب القيود التي تفرضها الحكومة على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

وأوضحت دراسة العتيبي(2007)، أن مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية أقل من مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة، وأن القنوات التلفزيونية الخاصة تتمتع بدرجة حرية أعلى بكثير من تلك التي تتمتع بها القنوات الحكومية.

وتأتي أهمية موضوع مصداقية الأخبار التلفزيونية كونها تحتل مساحة كبيرة ضمن مشاهدة الجمهور اليومية للتلفاز، وتلقيه لما يبث من رسائل إخبارية، إضافة إلى أن مصداقية الرسالة الإخبارية ذات أهمية كبيرة لدى مشاهدي القنوات التلفزيونية، فالمشاهد لا يزال يبحث عن الحقيقة ليصل إليها فإن لم يجدها في قناة ما تحول إلى قناة أخرى.

وتشكل النشرات الإخبارية مصدراً رئيساً للمشاهدين يطلّع من خلالها على تفاصيل ما يجري من أحداث محلية وعالمية، كما تمثل واحدة من الوسائل الأساسية التي تتيح تكوين الإنطباعات وتشكيل الإتجاهات، فضلاً على إحداث التأثير في العلاقات الدولية. وتشكل الأخبار جانبا مهما من عالم الإعلام، كونها تبقى السبيل الفاعل في متابعة الأحداث وتطوراتها في خضم الكم الهائل الذي تتجاذبه وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، كما يمثل الخبر عنصراً أساسياً في العملية الإعلامية سواء في مجال الصحافة أو الإذاعة أو قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي أو

الشبكة العنكبوتية. وقد شهدت صناعة الأخبار وأساليب اعدادها وإخراجها تطورا كبيرا، وامتد هذا التطور ليشمل كيفية صناعة الخبر وتحريره وقوالبه والشكل الذي يصل به إلى المتلقي، وما يفترض فيه من صيغ مهنية وشروط أهمها الموضوعية والحيادية والمصداقية. وقد جعل كل ذلك الأخبار تحتل مكانة أكثر أهمية من ذي قبل عند المتلقي العربي، الأمر الذي وضع مصداقيتها على حجر المحك.

ومع أواخر القرن الماضي، وتحت ضغوط العولمة، والثورة الرقمية، والمنظمات الدولية (مثل اليونسكو)، أخذت الأردن- وكسائر الدول العربية- بالتوجه نحو التعددية الإعلامية (الموسى ، 2010: 100)، حيث يوجد اليوم في الأردن إلى جانب القنوات التلفزيونية الرسمية ما يقرب من عشرين محطة تلفزيونية خاصة، خمسة عشر منها تبث، أو ستقوم بالبث عن طريق المدينة الإعلامية، والخمسة الأخرى تقوم بالبث من خارج المدينة الأعلامية. ونذكر من هذه المحطات الفضائية: رؤيا، وجوسات، والحقيقة الدولية، ونورمينا، وسما الأردن، وغيرها. إضافة لهذه القنوات التلفزيونية، يوجد أيضا العديد من القنوات الإذاعية الخاصة، و العديد من الصحف المستقلة والحزبية، فضلا عن المواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت. وقد تم إنشاء مدينة إعلامية خاصة عام 2002 لتوفير البث الفضائي لمحطات التلفزة، وتشكيل هيئة حكومية تسمى هيئة الإعلام المرئي والمسموع مهمتها تنظيم عمل القنوات التلفزيونية و الإذاعات الخاصة(www.jcmcr.com//t؛ http://www.alghad.com/index.php/article/135674.html؛ http:www.jordan. jo ؛ (http://www.tv- arab.net/PHP/index.php5 ? P=sender&m=all

ونظرا لتسارع وتيرة إنشاء قنوات التلفزة وشبكات البث الفضائي، تسارعت وتيرة التنافس بينها على الجمهور الواسع، لما له من دور هام في دعم استمرارية المؤسسة وإعطائها مبرراً للبقاء والبحث عن سبل لتطوير أدائها. ومع تسارع وتيرة التطور التقني الكبير في وسائل نقل الأخبار عبر الفضائيات والصحف الإلكترونية والشبكة العنكبوتية وغيرها، وترافقها مع تطور الأحداث السياسية والإقتصادية وإتساع رقع النزاعات والصراعات، أصبحت الحاجة إلى مهنية نقل الأخبار ملحة، وخاصة أن عملية جمع الأخبار وإعدادها وتوزيعها دخلت مرحلة مهمة من التطور الذي رافق ثورة الإتصال الرقمية المعاصرة. وفي غمرة توفر هذا الكم الهائل من مصادر المعلومات، أصبح تعرض مستخدمي وسائل الإعلام يتنامى بسرعة كبيرة، وخاصة للقنوات التلفزيونية، وأصبحت الأخبار أكثر البرامج شعبية، حيث تشير المسوحات التي أعدتها شركة (أبسوس ستات الأردن للأبحاث) في النصف الأخير من عام 2011، بأن نسبة مشاهدة التلفزيون لدى الجمهور الأردني بلغت 93.0%، ونسبة الذين يستمعون إلى محطات الراديو بلغت 67.8%، و نسبة المتابعين للمواقع الاخبارية في الإنترنت بلغت 16.6%، ونسبة مستخدمي الإنترنت بلغت 44.4%، ونسبة الذين يتابعون قراءة الصحف بلغت 25.0%،

(http:// www.ipsos.com/)

ويمكن القول بأن الفضائيات اليوم باتت في مقدمة وسـائل الإتصال الجمـاهيري ومن أبرزها، بوصفها الأقوى والأقدر على نقل الأحداث والمعلومات لحظة وقوعها، والأكثر إقناعاً وتأثيراً على المتلقين، لكونها قد جمعت كافة سمات التلفزيون الذي يتمتع بخاصيتي الصوت والصورة، إضافة إلى الفورية التي تقدم المواد الإخبارية في نفس زمن ومكان حدوثها ، بصورة لا يمكن أن تصل إليها وسائل الإعلام الأخرى، كما تقدم لنا المشاهد متكاملة للأحداث في صورة تكاد تكون واقعية.

وفي وقت بلغت فيه نسبة الأمية في العالم العربي حوالي 30% ومعظمهم من الإناث، أضافت الفضائيات إلى الصورة المرئية عناصر الحوار والمشاركة والتعمق والتركيز على التفاصيل من قبل الجمهور ومن مختلف بقاع العالم (http://www.akhbaralarab.net/index.php/varieties/31389-2011-(01-06-21-27-56). وهذه بالطبع ليست إلا بعض المزايا التي جعلت من القنوات الفضائية في مقدمة وسائل الاتصال. وقد أصبح التلفزيون يؤدي دورا واضحا في تكوين الصورة الذهنية (image) عند الأفراد عن الدول والمواقف والأحداث، بل يمكن القول أيضا أنه يؤثر في الطريقة التي يدرك فيها الناس الأمور والطريقة التي يفكرون بها، وفي سلوكهم نحو العالم الذي يعيشون فيه (تركستاني، 2004: 45).

بناء على ما سبق، فإن مصداقية نشرات الأخبار تصبح امراً مهماً جداً في الإعلام. وتعد مصداقية الإعلام أحد العناصر المهمة في تقييم الأداء الإعلامي على مختلف وسائل الإعلام وبالنسبة لكافة الأحداث والقضايا التي تتصدى هذه الوسائل لمعالجتها، كما تعتبر المصداقية من بين أهم العوامل الحاسمة المؤثرة على " قابلية الجمهور لتصديق الرسالة الإعلامية"؛ فتأثيرات المصداقية ليست علاقة أحادية الجانب من المصدر أو الوسيلة إلى الجمهور، ولكنها "عملية تنطوي على العديد من الأبعاد المرتبطة بالقائم بالإتصال والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلامية، فضلاً عن خصائص الجمهور ومناخ الرأي السائد في المجتمع المعين نحو القضايا العامة والمشكلات البارزة خلال فترة أو فترات زمنية بعينها"، كما تثير مصداقية وسائل الإعلام عدة قضايا ملحة منها " حجم ومستوى الرقابة التي تخضع لها هذه الوسائل وظاهرة التحيز الإعلامي وإشكالية القيم والمرجعيات الإخبارية، وغيرها من القضايا ذات التأثير على هذه المصداقية"(مصطفى، 2003: 3). ولهذا، لا عجب أن تتهم هذه المؤسسات الإعلامية بإفتقارها إلى المهنية والحيادية والمصداقية في نقل الخبر (صالح، 2007: 147).

ومنذ خمسينيات القرن الماضي، أكد (هوفلاند و وايس) على أهمية مصداقية المصدر لكونها تمثل المتغير الفاعل والرئيسي في عملية الإقناع وتكريس تأثيرات وسائل الإعلام، وتعديل

اتجاهات الرأي العام نحو القضايا الهامة في المجتمع(Hovland & Wiess, 1951:635-650).

بالمقابل، أكد عدد من الباحثين الغربيين أن السنوات الأخيرة من القرن الماضي شهدت تراجعاً حاداً في مصداقية وسائل الإعلام: من هؤلاء الباحثين، (قونثر)، الذي يشير إلى " أن ثمة قدراً متزايداً من الريبة والشك لدى مجموع الجمهور تجاه وسائل الإعلام، ويعزى ذلك إلى التحيز المسبق لدى الجمهور بشأن الواقع الإجتماعي الذي لا يعكس بدوره رؤى أفراد الجمهور وطموحاتهم" (Gunther, 1992: 149-150). ومن هؤلاء الباحثين أيضا (جولدفارب) الذي يرى " أن المحررين والناشرين يواجهون جمهوراً نشيطاً ومتشككاً، وأن الفترة الماضية من القرن الحادي والعشرين شهدت تراجعاً حاداً في مصداقية وسائل الإعلام إلى الحد الذي يمكن أن نطلق على هذا التراجع بأزمة المصداقية "(Goldfarb, 2003:1-2). وهذا التراجع في المصداقية تؤكده نتائج المسوحات التي أجراها (جلسبي) على الجمهور الأمريكي، حيث كشفت عن " وجود تراجعٍ حادٍ في مصداقية الإعلام لدى الرأي العام الأمريكي، وقد امتد هذا التراجع ليشمل صحفاً وشبكات تلفزيونية ذات مكانة بارزة في المجتمع الأمريكي"(Gillespie, 2004:1-5). وكذلك الأمر بالنسبة للإعلام العربي، حيث أشارت العديد من الدراسات إلى افتقاره للمصداقية بشكل عام (مصطفى، 2003؛ روو ،1989)، ومثل ذلك التلفزيون الأردني أيضا(العزام وكاتبة، 2010).

وتعود أزمة المصداقية هذه من وجهة نظر بعض الباحثين في الدراسات الإعلامية، أمثال (توماس) إلى عوامل عدة متداخلة، من أبرزها: "علاقة وسائل الإعلام بالنظم والسلطات السياسية، والتحيز في أنماط وأساليب الممارسة المهنية، وخبرات الجمهور مع وسائل الإعلام عبر الزمن، فضلا عن الغموض المصاحب للتحولات المجتمعية التي يشهدها المجتمع المعين خلال فترات زمنية قصيرة نسبيا"، إضافة الى أن " العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والنخب السياسية الحاكمة في دول العالم الثالث، قد أدت الى تجاهل وسائل الإعلام لمشكلات الجماهير أو طرحها بمستويات أقل من العمق والأمانة" (Thomas, 2004: 1-10).

وإلى جانب ذلك، ركز باحثون آخرون على عوامل أخرى ذات علاقة بالصحفيين أنفسهم، منها: "عدم حساسية الصحفيين وغرورهم وسلوكهم السيء أحياناً، وعدم الدقة والشمول في تغطيتهم للأحداث ، وإعتماد الصحفيين بشكل مكثف على المصادر المجهولة، وانتهاك وسائل الإعلام لحق المواطنيين في الخصوصية، وعدم حساسية وسائل الإعلام لآراء الجمهور وشكاويهم "(صالح، 2007: 146).

وتعد الموضوعية من بين أهم القيم المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية، وشرط هام جدا من شروط التغطية الإخبارية الجيدة. وقد استخدمت مفردة الموضوعية كثيرا في تعريف معنى

الإعلام ومعنى الخبر، وعدها البعض في المرتبة الثانية على قائمة أهم قضايا الإعلام في العالم بعد حرية الصحافة (ديفلير و روكيتش، 1993: 415). وترتكز الموضوعية في تغطية الأخبار، من وجهة نظر الباحث، على عنصرين أساسين هما: التجرّد ويعني الحياد والتوازن، والآخر هو الإرتكاز على الحقائق التي تعني الإستناد إلى الصدق وطريقة إختيار الأخبار الأكثر ارتباطا بالجمهور. وعلى هذا الأساس فإن الكثير من الممارسات الإعلامية تتناقض مع مفهوم الموضوعية منها : تحريف المعنى من خلال اختيار بعض التفاصيل التي رغم كونها حقيقة إلا أنها تذكر بسبب ما تقدمه من دعم أو رفض لوجهة نظر معينة، التحيز اللغوي والأخطاء اللغوية كإستخدام مفردات غير ملائمة، أو إستخدام لغة متحيزة كإستخدام مفردات مثل "زعم" بدل "قال" أو "صرح" أو "أكد"، وتقديم الآراء على أنها حقائق والعناوين المضللة أو الصور المتحيزة أو التركيز على الجوانب السلبية فقط.

وفي غياب دراسات متخصصة حول مصداقية الأخبار في الإعلام الأردني ، تسعى الدراسة الحالية إلى رصد دقيق، وتحليل موضوعي للعوامل التي تؤثر في مصداقية الأخبار التي تبثها قنوات التلفزيون المحلية الأردنية، الحكومية منها والخاصة، لدى الصحفيين الأردنيين، كونهم يشكلون القطاع المتخصص في الإعلام، ولذا، فإنهم وبحكم مهنتهم وتخصصهم تكون لديهم قدرة أفضل من غيرهم على تقييم جوانب الإعلام المختلفة، وتشخيص العوامل التي تواجه مصداقية الأخبار التلفزيونية.

مشكلة الدراسة:

لقد أصبح لزاما على القنوات التلفزيونية ، العامة والخاصة، إذا ما أرادت النجاح والإستمرار في سوق المنافسة الإعلامية، استقطاب أكبر عدد ممكن من الجمهور، الذي هو بحاجة لمعرفة الأخبار الصادقة، من بين الكم الهائل من الأخبار التي أصبحت متوفرة عبر قنوات كثيرة، ذلك أن الجمهور المستقبِل في النهاية هو الذي يدّعم وجود وسائل الإعلام، ويعطيها مبررا للبقاء وللبحث عن سبل تقدمها وتطوير أدائها.

وعليه تتحدد مشكلة البحث في التعرف إلى مصداقية الأخبار التلفزيونية المحلية في كل من القنوات الحكومية والخاصة في الأردن، في ضوء مكونات المصداقية بوصفها أحد العناصر المهمة في الإرتقاء بالأداء الإعلامي، فضلاً عن كونها متغيراً هاماً يتضمن أبعاداً تتعلق بالقائم بالإتصال ومضمون الرسالة الإعلامية وخصائصها، في إطار علاقة الإعلام بالسلطة ومدى

حرية واستقلالية هذه القنوات. وسيتم هذا من خلال إستطلاع رأي عينة ممثلة لأعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين كفئة مهنية متخصصة في الإعلام.

أهمية الدراسة:

وترجع أهمية هذه الدراسة لعدة إعتبارات هي:

أولا: أهمية المصداقية كونها تمثل المتغير الفاعل الرئيس في عملية الإقناع، وفي تحديد تأثيرات وسائل الإعلام في معارف الجمهور واتجاهاته وسلوكياته، وتعديل إتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع، وخاصة في وقتنا الحالي حيث التحولات المتسارعة على الأصعدة السياسية والإقتصادية والإجتماعية والفكرية والثقافية، والتي تتصدى لها وسائل الإعلام في الطرح والتفسير.

ثانيا: أهمية الأخبار التلفزيونية في حياة المشاهد الأردني في عصر العولمة الرقمية الذي أصبح فيه العالم شاشة صغيرة بفضل التطور التقني في وسائل الإعلام (عصر الرقمنة)، وخاصة البث التلفزيوني الذي يحظى بأفضلية لدى المشاهدين وتحديداً في مجال تغطية الأخبار، والمصدر الرئيس لإستقاء المعلومات عن الأحداث والقضايا المختلفة، وفي ظل التدفق المعلوماتي الكبير، والتنافس بين قنوات التلفزة المتعددة للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين.

ثالثا: إن مجتمع الدراسة يتكون من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين ، وهم القطاع المتخصص في مجال الإعلام، وبحكم مهنتهم وتخصصهم تكون لديهم قدرة أفضل من غيرهم على تقييم جوانب الإعلام المختلفة، وتشخيص العوامل التي تواجه مصداقية الأخبار التلفزيونية، مما يعزز من موضوعية الدراسة في مجال مصداقية وسائل الإعلام.

رابعا: إن الدراسة الحالية، بما توفره من نتائج وبيانات إحصائية مستقلة في مجال مصداقية القنوات التلفزيونية في الأردن، قد تكون مفيدة لصناع القرار والمخططين الإعلاميين، يمكنهم على أساسها مراجعة مواقفهم وإجراءاتهم كي يوفروا المناخ الإيجابي الذي يجعل من وسائل الإعلام شريكاً حقيقياً في عمليات التنمية المتنوعة، وخاصة في ظل الإنفتاح الإقتصادي العالمي وتحولات السوق.

خامسا: غياب الدراسات الإعلامية المتخصصة بموضوع مصداقية وسائل الإعلام الأردني على الصعيد المحلي، وخاصة في مجال تغطية الأخبار.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس لهذه الدراسة بالتعرف على آراء مجتمع الدراسة المتخصص، وهم أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، إزاء مصداقية القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة من خلال تغطيتها الإخبارية. ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:

1- التعرف إلى مدى إعتماد أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين على القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في الأردن كمصادر أساسية للحصول على الأخبار والمعلومات الإخبارية حيال الأحداث المختلفة المحلية منها والإقليمية والدولية.
2- الكشف عن العلاقة بين إعتماد أفراد العينة على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية المحلية وبين آرائهم بخصوص مصداقية الأخبار.
3- التعرف إلى أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية، وترتيبها وفقا لأهمية كل بعد من وجهة نظر أفراد العينة.
4- مقارنة المصداقية التي تحظى بها الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية بالمصداقية التي تحظى بها الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة من وجهة نظر أفراد العينة.
5- التعرف إلى العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين موضوع الخبر (سياسي، إقتصادي، رياضي، ثقافي ...) الذي تبثه القناة.
6- الكشف عن مدى تأثير علاقة السلطة بالقنوات التلفزيونية المحلية الأردنية على آراء افراد العينة نحو مصداقية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها تلك القنوات.
7- الكشف عن العلاقه بين عدد من الخصائص الإجتماعية والإقتصادية لأفراد العينة وبين آرائهم في مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة.

أسئلة الدراسة:

إن السؤال الرئيس الذي تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عنه هو:

- ما مدى مصداقية الأخبار التي تقدمها القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة الأردنية؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيس عددا من الأسئلة الفرعية، وهي:

1- ما مدى تعرض أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة؟
2- ما القنوات التلفزيونية المحلية الأكثر مشاهدة من قبل أفراد العينة والتي تشكل مصدرهم الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات الإخبارية حيال الأحداث المختلفة المحلية منها والإقليمية والدولية؟
3- هل هناك علاقة بين مدى إعتماد أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية وبين آرائهم بخصوص مصداقية الأخبار؟

4- ما الدوافع (النفعية والطقوسية) التي تحث أفراد العينة على مشاهدة القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة؟

5- ما مدى تلبية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية المحلية الأردنية لإشباع الإحتياجات المعرفية لأفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟

6- ما أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟

7- ما ترتيب أبعاد هذه المصداقية في الأخبار التلفزيونية وفقا لأهمية كل بعد من وجهة نظر أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟

8- هل يختلف تقدير أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية بإختلاف نوع القناة، حكومية أو خاصة ؟

9- هل هناك تأثير لعلاقة السلطة بالقنوات التلفزيونية المحلية الأردنية على آراء أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمه تلك القنوات؟

10- هل هناك فروق دالة احصائياً في حكم أفراد العينة على مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة تعزى للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة؟

11- هل يختلف تقدير أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية بإختلاف موضوع الخبر؟

الفصل الثاني
نشأة وتطور التلفزيون والفضائيات
(عالميا وعربيا واردنيا)

يشكل التلفزيون الظاهرة العالمية الأهم في نهاية القرن العشرين بمئات الملايين من مشاهديه الذين يخصصون له جزءا كبيرا من اوقاتهم، وبتأثيره الكبير في تصرفاتهم الفردية أو الجماعية، ويعتبر من اقوى الوسائل الإعلامية وأهمها شأنا حيث يعتمد في مخاطبته للجماهير على الكلمة والصوت والصورة والحركة، الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة، وتقديم الثقافة والمعرفة في صورة جذابة مبسطة.

والى جانب كونه وسيلة ترفيهية تثقيفية مريحة، يقوم التلفزيون بتغطية اعلامية كونية مما يجعله وسيلة تقارب وتفاهم بين الشعوب، ويساهم في ترسيخ القيم والتقاليد السائدة في المجتمع أو تغييرها تدريجيا حسب إرادة وايديلوجية الجهة المرسلة، لذلك فهو أحد ادوات التغيير الإجتماعي. كما انه يشكل السلوكيات عن طريق تقديم قوالب سلوكية جاهزة، يقلدها المشاهد أو يتماهى بها.

وإذا كان التلفزيون مصدرا أساسيا للتثقيف واكتساب المعارف والمعلومات، إلا أن ليس كل ما يبثه هو الحقيقة المجردة المحايدة، فقد تكون هذه المعارف والمعلومات التلفزيونية، في كثير من الاوقات، مؤدلجة.

بدأت التجارب التى أدت إلى اختراع التلفزيون في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، إلا أن التقدم كان بطيئًا، ولم يتطور كما نعرفه الآن إلا في عشرينيات القرن الماضي، وكان قليل الأهمية في الإتصالات حتى أواخر الأربعينيات، ولكن خلال عقد الخمسينيات أصبح جهازاً شائع الإستخدام في الدول الصناعية، ومنذ ذلك التاريخ، اكتسب التلفزيون أهمية بالغة في معظم الدول الأخرى. وبفضل الثورات التقنية والتكنولوجية- ثورات الأقمار الاصطناعية أو الساتلايت، والكابل ثم الرقمنة التلفزيونية التي سرعت تنامي وتنوعية التلفزيون- أضحى التلفزيون جزءاً لا يتجزأ من حياة الإنسان، وبفضله تحول العالم إلى قرية مرئية.

ويتناول هذا الفصل التعريف بنشأة التلفزيون في العالم والدول العربية والأردن، وكذلك القنوات الفضائية العربية وخاصة في الأردن باعتبارها الوسيط الذي يتزايد التعرض له من الجمهور في الألفية الثالثة.

- نشأة التلفزيون عالميا:

نجح العالم الألماني (بول جوتليب نبيكوف) في العام 1884م باختراع جهاز مسح يستطيع أن يرسل الصور لمسافات قصيرة، وكان نظامه يعمل آلياً وليس إلكترونياً كما هو الحال الآن، وفي عام 1900م بدأ الفرنسيان (رجنو وفورنير) إجراء تجاربهما على التلفزيون الفرنسي واستطاعا عام 1906م أن ينقلا صورة سلكية متحركة. وفي عام 1923م، نجح العالم الأمريكي الروسي المولد(فلاديمير زُوُريكين) بإختراع آلة التصوير التلفازية المخزِّنة(الإيكونوسكوب) والتي بواسطتها يمكن تجزئة الصورة الضوئية إلكترونياً ونقلها ليعاد استقبالها وإعادة بنائها. إلا أن ظهور التلفزيون إرتبط بنجاح تجربة العالم البريطاني (جون بيرد) في العام 1924م بإختراع أول تلفزيون شبه آلي تم من خلاله نقل صورة باهته لصليب صغير عن طريق أجهزة تجريبية إلى شاشة معلقة على الحائط، ومن ثم أتبعه بفيلم متحرك وكان ذلك في العام 1926م. واستمر التطوير السريع في التجارب على التلفزيون، حيث نجح أحد الباحثين الأمريكان في إرسال الصورة من العاصمة الأمريكية واشنطن إلى نيويورك عبر خط سلكي (كابل) وكان ذلك في العام 1927م. في هذه الأثناء تمكن العالم الأمريكي (فيلو فارنزورث) من إدخال تحسين جذري على نظام المسح الضوئي ضاعف من وضوح الصور المنقولة تلفزيونياً(http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=1167&pid).

وفي العام 1930م قامت شركة (RCA) الأمريكية بأول تجربة علنية للإرسال والإستقبال التلفزيوني في مدينة نيويورك لكن التجربة لم تلق نجاحا جماهيريا لعدم وضوح الصورة مقارنة بالصورة التي كانت تشاهد من خلال شاشة السينما. إلا أنه في العام 1935م بدأت شبكة البث الإعلامي الوطنية الأمريكية (NBC) ببث برامجها بطريقة منتظمة من خلال محطة كانت قد انشأتها في مدينة نيويورك (الحلواني، 2005: 67).

واستمر البث التلفزيوني لشبكة (NBC) إلى أن توقف عام 1939م بسبب الحرب العالمية الثانية، وما أن وضعت الحرب أوزارها في العام 1946م حتى عاد التلفزيون ليستأنف نشاطه من جديد، وبمطلع صيف عام 1947م بدأ إقبال الناس الشديد على شراء أجهزة التلفزيون، وخلال عام 1948م إقترب عدد أجهزة الإستقبال من نصف مليون، كما ارتفع عدد محطات الإرسال التلفزيوني إلى 41 محطة. ومع أوائل الخمسينات أخذ التلفزيون في الإنتشار السريع وخاصة مع عام 1951م بسبب إدخال التحسينات التقنية عليه وخاصة إدخال الألوان. وشهدت بدايات حقبة الخمسينيات أول إستخدام للتلفزيون سياسيا، حينما غطت شركة(CBS) حملات الإنتخابات الرئاسية الأميركية لعام 1952م، كما أصبح التنافس يحتد بين شركات التلفزة الأميركية الثلاث الكبرى (NBC) و (CBS) و (ABC). وبعد حوالي عقدين من

الزمن، وتحديدا في عام 1970م، أصبح عدد المحطات التلفزيونية 372 محطة منها 190 محطة تجارية والباقي كانت محطات تعليمية (حميدي، 2004: 18).

وفي المانيا، تم أول بث تلفزيوني عام 1935م، وتمكن التلفزيون الألماني من بث أحداث دورة الألعاب الأولمبية العالمية التي أقيمت في برلين في عام 1936م إلى صالات السينما وقاعات المشاهدة الجماعية في النوادي والفنادق (http://dj2008.maktoobblog.com/797516).

أما في بريطانيا، فبدأ أول إرسال تلفزيوني منتظم في عام 1936م حيث أنشأت هيئة الإذاعة البريطانية بي بي سي (BBC) أول تلفزيون خدمة عامة في العالم، واستمر إلى عام 1939م حيث توقف إرسالها بسبب الحرب العالمية الثانية أيضا، ومن ثم عاد في عام 1945م بعد إنتهاء الحرب (الحسن، 2004: 48).

وفي العام 1939م، تم تدشين الإرسال التلفزيوني في كل من فرنسا واليابان، وفي هذا العام، أيضا، أطلقت موسكو أول محطة بث تلفزيوني منتظم لتصبح من بين أوائل المحطات التلفزيونية في العالم التي بثت برامجها فضائياً إلى العالم، وكان ذلك بفضل توظيف الإتحاد السوفياتي ريادته في مجال الفضاء في الإرسال عبر الأقمار الاصطناعية.
(http://www.ebteckar.com/index.php?option=com_content&view=article&id)

وفي الخمسينيات بدأت طفرة في استخدام التلفزيون في الدول الغربية، حيث افتتحت أستراليا أولى محطاتها القومية والتجارية في سيدني وملبورن في عام 1956م، وبدأ البث التلفزيوني الأيرلندي في عام 1961م. وفي الستينيات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة؛ وذلك بإدخال التلفزيون الملون إلى الخدمة، ومع ذلك، " ظلت برامج التسلية الشعبية هي الجزء الأساسي من برامج التلفزيون خلال فترة الستينيات، ثم شملت أحداثاً مثل الإجتماعات السياسية، ومراسم تشييع جنازات الشخصيات المهمة، وحفلات الزواج الملكية، مثل ما حدث في عام 1960م بين المرشحين لرئاسة الولايات المتحدة ـــ جون كنيدي وريتشارد نيكسون"
(http://www.ebteckar.com/index.php?option=com_content&view=article&id)

وأما الصين فلم يدخلها الإرسال التلفزيوني إلا في عام 1958م وبمساعدة تقنية من الإتحاد السوفيتي، ولفترة طويلة إنحصرت البرامج التلفزيونية في محطاتها في الشعارات وخدمة الحزب الحاكم، إلى أن تأثرت بالإنفتاح السياسي والإعلامي الذي فرضته العولمة والثورة الرقمية المعاصرة مع أواخر ثمانينيات القرن العشرين (http://ar.wikipedia.org/wiki).

2- التلفزيون والفضائيات في الوطن العربي:

بدأ ظهور الإرسال التلفزيوني في الوطن العربي في أواسط خمسينيات القرن الماضي، حيث بدأ أول بث تلفزيوني رسمي من العراق و الجزائر ولبنان في العام 1956م. وفي العام 1959م وقعّت مصر عقدا مع شركة RCA الأمريكية لتزويدها بمحطة للتلفزيون، وتم الإنتهاء من إنشائها في عام 1960م، وبهذا أصبحت مصر من أوائل الدول العربية التي انشأت محطة تلفزيونية؛ وخلال نصف قرن على مسيرة العمل التلفزيوني المصري، قاد المسيرة الإعلامية العربية ببرامجه وكوادره التي أسهمت في تأسيس العديد من محطات التلفزة العربية. وسادت برامجه كذلك، وخصوصا الدراما والأفلام، على معظم برامج التلفزيونات العربية(ابو اصبع،2010: 335). وفي عام 1960م، وبعد فترة وجيزة من تدشين محطة التلفزيون في مصر، تم إفتتاح محطة إرسال تلفزيوني في سوريا(الحسن،2007، 50-55). وأما الكويت فكانت أول دولة خليجية تنشئ محطة إرسال تلفزيونية رسمية في العام 1961م، وكان بثها يلتقط في بقية أقطار الخليج العربي. وفي عام 1969م قامت الكويت بإنشاء محطة إرسال تلفزيوني في دبي تحت إسم "تلفزيون الكويت من دبي" (http://ar.wikipedia.org/wiki). وقد استمر تتابع باقي الدول العربية بإنشاء المحطات التلفزيونية، كما تم في السودان عام 1962م، ومن ثم في السعودية عام 1965م. وفي الأردن افتتح التلفزيون عام 1968. وفي ليبيا، أيضا، تم إنشاء محطة تلفزيونية عام 1968م(الحسن،2007، 50-55).

وفيما يتعلق **القنوات الفضائية العربية**، فإن المتتبع لتاريخ نشأتها يجد أن العرب قد دخلوا عصر الفضاء متأخرين ثلاثة عقود عن الغرب. وقد جعل التطور السريع والهائل في تقنيات الإتصال والإعلام، والتحول إلى فكرة القرية الكونية واللحاق بركب الثورة المعلوماتية، الأنظمة العربية تدرك أهمية إمتلاك مثل هذه التقنيات كي تستطيع مواجهة المتغيرات الدولية بخطاب إعلامي يناسبها، كما يمكنها من كسر إحتكار الدول المتقدمة، مثل أوروبا وأمريكا، للمعلومات ووسائل الإتصال ، ويمكنها من إيصال الرسالة الإعلامية العربية خارج الوطن العربي، خاصة للجاليات العربية وأيضا بنفس درجة الأهمية والإهتمام بالإعلام الداخلي العربي الذي يتفق مع الطموحات والنشاطات التنموية والإجتماعية والبيئية.

وفي هذا السياق إنعقد إجتماع وزراء الإعلام العرب في مدينة بنزرت بتونس عام 1976م لمناقشة تَملك الدول العربية نظاما فضائيا خاصا بها كوسيلة لتحقيق الإستراتيجية الشاملة نحو تصور نظام عربي للإعلام والإتصال. وبعد حوالي عقد من الزمان، وتحديدا في عام 1985م، تمكنت الدول العربية من إطلاق القمر العربي الاصطناعي (عربسات) لكي يغطي مساحة الوطن

العربي، وكان القمر مجهزاً بثمانية آلاف قناة تلفزيونية وقناة واحدة جماعية تتولى بث البرامج إلى المناطق النائية. وفي هذه المرحلة إنطلق الإعلام الفضائي العربي نحو التقدم أكثر فأكثر، ومن ثم استمرت عربسات إطلاق أقمارها الصناعية، حيث أطلقت قمرها الثاني في العام 1985م واحتوى على 26 قناة، ثم تلاه القمر الثالث في عام 1992م، وآخر في العام 1993م، وقمر آخر في العام 1996م (الهاشمي ،2011،ص 65-66). وفي العام 1998م تم إطلاق قمر نايلسات الخاص بجمهورية مصر العربية(الموسى، 2012: 335).

ومع ذلك، فقد كان أول ظهور للفضائيات العربية مع أواخر الثمانينيات وأوائل التسعينيات من القرن الماضي، حيث كان أول إنشاء محطة فضائية عربية حكومية منتظمة الإرسال عبر القمر عربسات في مصر عام 1990م، والتي قامت ببث إرسالها إلى اوروبا في العام 1993م عبر القمر الأوروبي (يوتلسات). ولكن خلال بضع سنوات فقط وجدنا الفضاء العربي يمتلئ بعدد هائل من القنوات الفضائية وتحديدا الخاصة منها، ومتزايدا باستمرار ضمن تنافس محموم على استقطاب المشاهد في الوطن العربي، وذلك لتحقيق أهداف وغايات أصحاب هذه المحطات أو القائمين عليها، سواء أكانت هذه الأهداف تجارية تسعى للربح المادي أم تهدف لنشر القيم والمبادئ التي تسعى لإيصالها لأكبر عدد ممكن من الجمهور، ومن أهم هذه القنوات: تلفزيون الشرق الأوسط(1991)، وراديو وتلفزيون العرب(1993)، وشبكة أوربت (1994)، وشبكة الجزيرة (1996) (الموسى، المرجع السابق؛ الحسن،2007 :57).

وقد دفع هذا التنافس المحموم بكثيرٍ من هذه الفضائيات العربية لتقليد النموذج الغربي في المضمون والإخراج إعتقاداً منها أنه الطريق الوحيد للنجاح ولنيل إعجاب المشاهدين، إلا أنه وبنفس الوقت نجح في كسر إحتكار الحكومات لِحَق البث التلفزيوني و تحرير القنوات الفضائية من سيطرة الحكومات وهيمنتها، وإيجاد تعددية إعلامية على أكثر من صعيد، وتمكين المشاهد من الإختيار بين قنوات مختلفة ومتنوعة
.(http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=63691#ixzz2EkgAZg9S)

التلفزيون والفضائيات في الأردن:

بدأ التلفزيون الإردني البث رسميا في 1968م لمدة ثلاث ساعات يوميا، وفي نفس العام تم إنجاز استوديو آخر وإنشاء محطتين للتقوية في منطقة عمان. وفي عام 1972م خصصت القنال (3) لبث البرامج المحلية والعربية، كما خصصت القنال (6) لبث البرامج الأجنبية. وأصبح منذ ذلك الحين وفي حالة متفردة في العالم العربي، يقدم نشرات الأخبار بأربع لغات هي :اللغة العربية واللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية واللغة العبرية. وكان أول تلفزيون عربي يرتبط بمنظومة السواتل(الأقمار الصناعية) عن طريق المحطة الفضائية في منطقة البقعة في العام

1972م، مما مكنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية الكبرى وغيرها من أحداث. وفي العام 1974م تم إدخال الألوان إلى التلفزيون الأردني، ليكون سابقاً على جميع الهيئات التلفزيونية العربيةُ في البث التلفزيوني الملون مما مكنه أن يصبح مركزاً لإستقطاب الدراما المصريةُ والسورية بالإضافة إلى الدراما الأردنية. وفي عقدي السبعينات والثمانينات إستطاع التلفزيون الأردني النهوض بالدراما الأردنية، وفرَض الإنتاج التلفزيوني الأردني نفسه بقوة على خريطة الإنتاج العربي، حيث أصبح منافسا قويا للإنتاج الدرامي العربي (http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=63691#ixzz2EkgAZg9s).

ويعتبر التلفزيون الأردني رائداً في المنطقة بإدخال جريدة التلفزيون (التلتكست) منذ عام 1990م. ويمتلك التلفزيون الأردني حاليا (42) محطة تقوية للبث موزعة على كافة المناطق لتحسين كفاءة الإستقبال لدى المشاهدين. والعمل جارٍ حالياً لتحويل البث التلفزيوني بإستخدام أشرطة (البيتكام)، وهو الأسلوب الأحدث المتبع في العالم. وأصبح بث التلفزيون الأردني الأرضي يغطي 98% من مساحة المملكة الأردنية الهاشمية وكافة المناطق العربية المحتلة وشمال سيناء وشمال المملكة العربية السعودية وجنوب سوريا ولبنان وجزيرة قبرص (http://ar.wikipedia.org/wiki).

وأسهم التلفزيون الأردني، ومنذ أوائل سبعينيات القرن الماضي، برفد عدد كبير من تلفزيونات دول الخليج بالكوادر الأردنية المؤهلة للعمل في برامجها المختلفة، ولإدارة بعضاً من محطات التلفزة الخليجية مثل محطة مسقط وصلالة في عمّان في العام 1974م، إلى جانب عقد الدورات التدريبية لكوادر تلفزيونية في مختلف دول الخليج (www.odabasham.net/show.php?sid=26679).

ومع أوائل تسعينيات القرن الماضي شهد التلفزيون الأردني مرحلة جديدة من حيث المنافسة على المستوى الاقليمي والدولي وتحققت هذه المنافسة على إستقطاب الجمهور المحلي عبر الفضائيات، وشهد التلفزيون الأردني في هذه المرحلة تطورات عديدة من بينها إفتتاح قنوات جديدة مثل الرياضة والأفلام. وإلى جانب القناة الأولى (المحطة الرئيسية) والتي تقدم البرامج المنوعة بما فيها البرامج الإخبارية والسياسية والإقتصادية والإجتماعية، تم إنشاء القناة الفضائية الأردنية في العام 1993م والتي تبث على القمر الصناعي عربسات(2أ)، وتبث معظم برامج القناة الأولى بالإضافة إلى البرامج الخاصة والنشرات الإخبارية بلغات متعددة. كما جرى إفتتاح القناة الفضائية الثالثة في العام 1998م لتقوم ببث جلسات مجلس الأمة بالإضافة إلى الأحداث الرياضية المحلية والعالمية، إلا انه تم دمجها ببرامج القناة الأولى بعد عملية إعادة الهيكلة التي خضعت لها مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في العام 2001م. واليوم، أصبح البث التلفزيوني

الأردني يغطي منطقة جغرافية واسعة تضم أقطار الوطن العربي كافة و جنوب اوروبا وتركيا وغرب إيران وعدد من الدول الإفريقية(أبو إصبع، 2010: 372)، إضافة الى الولايات المتحدة الأمريكية، وامريكا اللاتينية.

الفضائيات الأردنية الخاصة:

وهي المحطات الفضائية المسجلة لدى هيئة الإعلام المرئي والمسموع ، والممنوحة رخصا للبث ومعظمها محطات ترفيهية، ويقارب عددها حوالي العشرون محطة، بعض منها يبث من خلال المدينة الإعلامية الخاصة التي أنشئت في عمان عام 2002م ومن بينها قناة رؤيا، وبعضها الآخر يبث من استديوهاتها خارج المدينة الإعلامية الخاصة ومن بينها القنوات التالية (نورمينا، جوسات، الحقيقة، سما الأردن ، A1 Jordan، Seven Stars).

قناة رؤيا الفضائية: قناة خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2011م من داخل استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة في العاصمة عمان، وتبث على مدار الساعة البرامج المنوعة بما فيها البرامج الإخبارية والسياسية والإقتصادية والإجتماعية (http://www.facebook.com.roya.t).

قناة (Seven Stars): قناة فضائية أردنية خاصة، باشرت البث في العام 2005 م عبر القمر الصناعي نايلسات. وتتخذ القناة من مدينة (بني دورم) الإسبانية مركزا لإنتاجها الأوروبي، بينما تتخذ من العاصمة الأردنية عمان مركزا لإنتاجها العربي. ومن غاياتها إنتاج البرامج الثقافية والسياحية الهادفة إلى توثيق التاريخ العربي في أوروبا، بالإضافة للبرامج الهادفة وطرحها للقضايا الإجتماعية والوثائقية من منظور الفرد العربي. و تبث برامجها باللغة العربية وباللغة الإسبانية للدول الناطقة بها

(http://www.jcmcr.com/?t=Guide&type=sat&order=asc&sort=name&page2=1).

قناة جوسات: قناة فضائية أردنية خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2009م. وتبث برامجها من استوديوهاتها خارج المدينة الإعلامية الحرة من عمان. وتقدم القناة برامج متنوعة وشاملة لكافة أفراد الأسرة، من بينها برامج سياسية وإخبارية وإجتماعية وتبث أفلاماً عربية وأجنبية ووثائقية (https://www.facebook.com/JOSAT.TV.).

قناة سما الأردن: قناة فضائية أردنية تعود ملكيتها للقطاع الخاص، وتبث برامجها من خارج استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة من عمان، وباشرت بثها الفضائي في العام 2012م، وتقدم القناة برامج منوعة وشاملة لكافة أفراد الأسرة" (www.sama-jordan.tv.).

قناة (A1-JORDAN): قناة فضائية أردنية خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2011م، وتبث برامجها من استديوهاتها خارج المدينة الإعلامية الحرة في عمان، وتقدم برامج شاملة بما فيها البرامج الإخبارية والسياسية والحوارات السياسية والإقتصادية، وهي تمول من حزب الإتحاد الوطني الأردني وتابعة له (Jordan/infohttp://www.facebook.com/A1).

قناة الحقيقة الدولية: فضائية أردنية خاصة باشرت بثها الفضائي في العام 2006م. وتبث برامجها من خارج استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة من عمان، وتقدم برامج متنوعة من ضمنها البرامج الإخبارية والسياسية(http://factjo.com/pages/page.aspx?id=1&id2=0).

قناة نورمينا: أول قناة فضائية أردنية خاصة تأسست في الأردن عام 2004م، وأخذت على عاتقها نشر التوعية والثقافة الوطنية بين الشباب الأردني. وتبث برامجها من خارج استوديوهات المدينة الإعلامية الحرة من عمان، وتقدم برامج متنوعة من ضمنها البرامج الإخبارية والترفيهية والحوارية (http://jornews.com/index.php?option=com_content&task=view&id=18363&Itemid=130).

وبالرغم من تطور النظام الإعلامي العربي (والإعلام الأردني من ضمنه)، إلا أنه ما زال يصنف بشكل عام ضمن" النظام الإعلامي السلطوي"، ويصفه الباحث الأمريكي (وليم روو) بأنه: " إعلام خاضع للسلطة، وينطق بإسمها، ويعمل بتوجهاتها، ويقدم وجهة نظرها، ويقوم بدعم وتعزيز سياساتها"(Rugh, 1989: 53- 58)، ويرى (وليم روو) أن الإذاعة والتلفزيون في العالم العربي هي: " إحتكارات على نحو نموذجي تحت الإشراف الحكومي المباشر"، محددا ثلاثة أنواع للأنظمة الإعلامية العربية، وهي (Rugh, 1989: 168-171, 232-234):

1- النظام الإعلامي التعبوي: ويوجد هذا الصنف في بلدان تلتزم الجماعة الحاكمة فيه بالتغييرات الثورية والعنف، وتعمل على مسح كل المعارضة الشعبية المحلية المنظمة، ولكنها بحاجة إلى الدعم الناشط من وسائل الإعلام لمساعدتها على تحقيق اهدافها المعلنة، ومحاربة أعدائها الظاهرين أينما كانوا، ويمتلك وسائل الإعلام اشخاص تربطهم علاقة مصلحية مع النخبة الحاكمة، ويتم ضمان السيطرة على مضمون الصحف بشكل أساسي من خلال سيطرة الموظفين، ولكن من قِبل المراقبة السياسية احيانا، والعقوبات القانونية، والجوائز، ووسائل غير مباشرة سهل وجودها بيئة سياسية لا يلاقي فيها النظام الحاكم أي معارضة. ويوجد هذا الصنف من الإعلام في الدول العربية التالية: الجزائر، مصر، العراق، ليبيا، السودان.

2- النظام الإعلامي الحكومي أو الموالي: ويوجد هذا الصنف في الأنظمة السياسية التقليدية، ومعظمها أنظمة ملكية. ولا توجد هناك معارضة شعبية منظمة، ولكن الحكومة وهي راضية بالوضع الراهن أكثر من عزمها على التغيير، تبقى قانعة بإذعان الشعب السلبي ولا تطالب الإعلام لتوليد الحراك الشعبي. فالإعلام موال للنظام الحاكم وسياساته الأساسية. ويمتلك وسائل الإعلام الموالي الخاصة من الناس. وتستخدم الحكومة عدة وسائل لكسب دعمها، بالإغراءات المادية، والعقوبات القانونية. ويوجد هذا الصنف من الإعلام في الدول العربية التالية: سوريا، اليمن الديمقراطية الشعبية، البحرين، الأردن، قطر، العربية السعودية، تونس، والإمارات العربية المتحدة.

3- الاعلام المتنوع: ويعمل في بيئة سياسية حيث التعبير الشعبي عن آراء ووجهات نظر مختلفة تتضمن انتقاد الحكومة هو شيء ممكن، وحيث لا يتدخل النظام السياسي ليسكت كل المعارضة العلنية. ويكون الإعلام في مثل هذه الحالة في ايدي الخاصة، وقد تقوم الحكومة احيانا بعمل ضد صحيفة ما، ولكن تستخدم الحكومة هذه التدخلات بشكل ضئيل، ومن خلال الطرق القانونية، بما ان الحكومة تفضل ان تتحلى بالصبر عند التعامل مع الصحافة. ويوجد هذا الصنف من الإعلام في الدول العربية التالية: لبنان، المغرب، والكويت.

وقد تغير هذا الواقع الإعلامي العربي بعض الشيء بعد قدوم الثورة الرقمية، حيث كشف وليم روو) في كتابه الجديد لواقع الإعلام العربي في العام 2004م، عن تغير ملحوظ على الإعلام في عدد من الدول العربية، مما جعله يضيف قسماً رابعاً إلى الأقسام السالفة الذكر، اطلق علية تسمية "الإعلام الإنتقالي" (Transitional) ، ومن خصائصه أنه" يسمح بسيطرة حكومية في ذات الوقت الذي تظهر فيه درجة من حرية التعبير والتنوع"، وفي ضوء هذه التقسيمات الجديدة تم نقل الصحافة الأردنية من مجموعة " الإعلام الموالي" إلى " الإعلام الإنتقالي"، وكذلك تم نقل الصحافة المصرية من مجموعة "الإعلام التعبوي" إلى " الإعلام الانتقالي" أيضاً (Rugh, 2004: 121، (icatu56.org/show3.php?page=show1.php&showit=977&tabl).

والإعلام العربي، كما تراه فريال مهنا ، هو " إعلام سلطة " لا " اعلام دولة" ، لأن إعلام الدولة عادة يكون في مجتمعات متقدمة ويتمتع بدرجة عالية من حرية التعبير والإستقلالية، ويعمل على تحقيق التماسك الإجتماعي والتوازن الثقافي والإقليمي، " ويخوض تنافسا مع الإعلام الخاص الذي يسفر عن إرتفاع وتيرة التطور في العمل الإعلامي، ولا سيما الفكري والمعلوماتي منه، ويؤدي إلى تساوق الإعلاميين العام والخاص المستمر مع متطلبات الجمهور الإعلامي في عصر المعلوماتية". وهذا بخلاف الإعلام السلطوي العربي الذي يفتقر إلى حرية التعبير والإستقلالية الحقيقية. ولهذا فإن الإعلام العربي عاجزاً عن وضع " منتج إعلامي مؤهل للإندماج

في محيط تسوده تعددية الإنتماء والإقناعية"، كونه خاضع لتوجيهات السلطة السياسية ومنهمك بتبني سياساتها وأيديولجيتها، وهذا يجعله يفقد البوصلة بالحركة الواقعية للبيئة المحيطة، وبالتالي لايضع سوى منتجا إعلاميا إقصائيا ينفي الآخر وينبذ قيم الحوار، منتجا لا يؤدي إلا إلى تدني " مستوياته الإنتاجية وإرتفاع نسب الهدر اليومي للصناعة الإعلامية العربية، تزداد كميته طردا مع إنفتاح الجمهور الإعلامي على الإعلام الفضائي، وتعاظم منجزات ثورات الإتصال"، وبالتالي يكون عاجزا عن تحقيق حضور ذي شأن في الحركة الإعلامية والدولية (2002: 100).

إضافة إلى ذلك، فإن وسائل الإعلام العربية على المستوى المهني، " ما زالت تعاني من معاداة الحكومات لها والتضييق عليها. فحرية الإعلام والصحافة للكثير من الحكومات العربية تشكل تهديدا لها وخطرا عليها". ولهذا تحتكر الحكومات مصادر المعلومات، وتراخيص الإصدار، والتشريعات والقوانين السالبة للحريات، كما أنها تقوم بتعيين معظم قيادات المؤسسات الإعلامية والتدخل في شؤونها، وبالتالي تغيب عن هذه المؤسسات الإستقلالية الإدارية والمالية، وتصبح خاضعة لهيمنة وزارات الإعلام، والمجالس العليا الإعلامية والصحفية. كما أن الكثير من الإعلاميين والصحافيين العرب غالبا ما يقعون ضحية الابتزاز و إغراء أصحاب رأس المال والثروة، وبالتالي فإن ما تقوم به وسائل الإعلام من نقل للمعلومات والأخبار قد لا يعكس بطريقة موضوعية وصادقة ومحايدة الواقع الإقتصادي والإجتماعي والسياسي للمجتمع (بو جلال، 1991: 46-47؛ عبد الرحمن، 1980: 208).

وما يؤكد صدقية هذا التوصيف للإعلام العربي، هو ما تضمنه تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2003 ، بأن التغطية الإخبارية، وبخاصة الرسمية في البلاد العربية، مازالت تتسم بالتالي (تقرير التنمية الإنسانية العربية ،2003 : 60):

1. التركيز على الأخبار الرسمية وأخبار كبار المسؤولين السياسيين، وعلى قيم إخبارية معينة فيها الشهرة والغرابة أو الطرافة والصراع، مما يجعل هذه الأخبار تحتل مكانة الصدارة في الصحف والإذاعة والتلفزيون، وتخصص لها مساحات أو أوقات أكبر وأهم ، في مقابل الأخبار التي تهم قطاعات أكبر من المواطنين أو تمس حياتهم اليومية، أو تضيف إلى معارفهم العلمية والثقافية.
2. رغم ما حدث من إنفتاح إعلامي سمح بتناول كل الأحداث عبر وسائل الإعلام الوطنية، إلا انه ما زالت هناك أخبار تحجب أو تعالج بشكل لا يتناسب مع أهميتها الحقيقية، سواء بالمبالغة والتهويل، أو التهوين ومحاولة التعتيم، كما ظهر في إختلاف التغطية التلفزيونية العربية لسقوط بغداد.

3. ما زالت التغطية الإخبارية في بعض وسائل الإعلام في بعض الدول العربية تحكمها المصالح الراهنة والإختيارات الأنية، والاهتمامات الجزئية، ومرجعيتها الاساسية هي السلطة الحاكمة.

وإلى جانب ذلك، يواجه الإعلاميون العرب في معظم الدول العربية والأردن من بينها، وبدرجات متفاوتة، صعوبات جمة في الوصول إلى المعلومات والحصول عليها، والإطلاع على الوثائق والبيانات، والرجوع لمصادر الأخبار الرسمية وغير الرسمية على السواء، حيث تتذرع السلطات غالبا بأمور غامضة مثل أسرار رسمية، ومعلومات تمس الأمن القومي لمنعهم من ذلك، فضلا عن قائمة المحظورات، كحظر نشر بعض جلسات المحاكم، أو بعض القرارات الرسمية، أو أي موضوع بدعوى أنه يمس أمن الدولة. كما تعاني أغلب الدول العربية من عدم وجود مصادر مستقلة ومتنوعة للمعلومات، وفي إعتمادها بشكل كبير على مصادر المعلومات الأجنبية، وخاصة وكالات الأنباء العالمية الغربية، فرغم أن كل دولة عربية لديها وكالات للأنباء، إلا إن هذه الوكالات تمتلكها الدول وتوجهها لخدمة سياساتها والدعاية لها، وتعاني أغلبها ضعفا في إمكاناتها البشرية والمادية والتقنية، فضلا عن عدم وجود مراسلين لأغلب وسائل الإعلام العربية خارج حدودها(المصدر السابق).

الفصل الثالث

الإطار النظري وأدبيات الدراسة

يتناول هذا الفصل موضوعين رئيسيين: الأول هو الإطار النظري، ويتضمن الموضوعات التالية: نظرية الإعتماد على وسائل الإتصال، نظرية الإستعمالات وتلبية الإحتياجات، النظريات الأربع للصحافة، ومفهوم المصداقية. ويتضمن الموضوع الثاني الدراسات السابقة وعلى الصعد المحلية والعربية والأجنبية، وما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

أولاً: الإطار النظري:

تقوم وسائل الإعلام بعدد من الوظائف الهامة والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج على المستوى الفردي أو الجماعي داخل المجتمع، وهذه الوظائف هي: الإعلام (أو الإخبار)، والتثقيف، والتعليم، والحفز، والتقارب الإجتماعي، والمناقشة، والحوار، والتنشئة الإجتماعية، والترفيه(الموسى، 2012: 169-171). ومن بين أهم هذه الوظائف، الوظيفة الإخبارية التي تحتل موقعاً محورياً في النشاط الإعلامي لأي مجتمع حر وديمقراطي. وتشكل الوظيفة الإخبارية، قاعدة أساسية وضرورية تؤهل الإعلام الجماهيري لتأدية وظائفه الأخرى، إنطلاقا من المعلومات التي يتيح تعميمها ويضمن وصولها إلى المجتمع، ويرتكز إلى معطياتها ليمارس عمليات التأثير والإقناع. إضافة الى إن المعلومات التي تنشرها وسائل الإعلام تزود أفراد المجتمع بالمعرفة التي تمكنهم من اكتشاف ذاتهم بذاتهم، واستيعاب ما يدور حولهم من أحداث، وفهم القضايا العامة التي تواجههم. والأهم من ذلك، هو إن الوظيفة الإخبارية " تجعل الخيارات المتعلقة بالمصير الجماعي أكثر وضوحا، وتجعل الحلول للوصول إلى هذه الخيارات أكثر فعالية واقل غموضا"، وتعمل ، أيضا، على بناء العلاقة بين عناصر المجتمع، وتعزز الحوار، وتسهم في إنتشار القيم السياسية، وتسهم في تنظيم ردود الأفعال وتوازنها(مهنا، 2002: 33-34).

من هنا، فإن العلاقة التي تربط الجمهور المستقبِل بوسائل الإعلام للحصول على الأخبار فيها اعتماد على وسائل الإعلام بهدف تحقيق اشباعات محددة، ولذلك فإن هذه الدراسة تعتمد على النظريات التالية:

1- نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام (Dependency Theory):

تقوم نظرية الإعتماد على أساس وجود علاقة ترابطية قوية بين الجمهور والإعلام والنظام الإجتماعي، حيث أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز ومكثف، وهذا الإحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم إستقرار بنائي في المجتمع بسب الصراع والتغيير(الموسى، 2012: 204-205).

وتفسر هذه النظرية تأثير وسائل الإعلام على المشاهد، ولماذا يكون لها أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة، وأحيانا أخرى يكون لها تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة. فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق اهدافهم المعرفية التي تساعدهم على اتخاذ قراراتهم الشخصية والاجتماعية المختلفة، إلى جانب تحقيق التسلية والترفية. إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد نوع الرسائل التي تبثها هذه الوسائل. ولكي يحقق الأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والإجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على مصادر للمعلومات يسيطر عليها أشخاص أو جماعات، ومن هنا قد يأتي تأثير هذه المصادر على المتلقي"(مكاوي والسيد، 1998: 314).

وقدم بعض الباحثين (ميلفين وروكتش) ركيزتين أساسيتين تقوم عليهما علاقات الإعتماد على وسائل الإتصال هما(عبدالحميد، 2000: 233):

- الأهداف: أي ان هناك اهدافاً شخصية أو اجتماعية للافراد يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة.
- المصادر: اعتبار نظام وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في مصادر تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد، وتتمثل هذه المصادر في مراحل استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإعداد والتنسيق لهذه المعلومات.

وتتمثل التأثيرات الناتجة عن علاقات الاعتماد على وسائل الإتصال بثلاثة مجالات هي(اسماعيل، 1998: 280):

1- تأثيرات معرفية: كإزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، والتأثير في ادراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا في التأثيرات المعرفية تلك الخاصة بالقيم والمعتقدات.

2- التأثيرات الوجدانية: والمتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، مثل زيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الإغتراب الاجتماعي.

3- التأثيرات السلوكية: وهي نتاج للتأثيرات المعرفية والوجدانية، وتتمثل في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك العلني للأفراد.

تؤكد هذه النظرية، إذاً، على الدور الذي يلعبه المجتمع في التأثير على وسائل الإتصال، لأن إستخدام الجمهور لوسائل الإتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيشون بداخله ووسائل الإتصال، والطريقة التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإتصال ويتفاعل بها مع تلك الوسائل تتأثر بما يتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضاً ما يتعلمه من وسائل الإتصال. فإن أي رسالة يتلقاها الجمهور من وسائل الإتصال قد يكون لها نتائج، اعتمادا على خبراته السابقة عن الموضوع ، وكذلك تأثيرات الظروف الإجتماعية المحيطة به (اسماعيل، 2003: 17-18؛ مكاوي و السيد، 1998: 314).

ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى اعتماد الافراد على القنوات الفضائية في اشباع رغباتهم والحصول على احتياجاتهم المعرفية.

2- نظرية الإستعمالات وتلبية الإحتياجات (Uses and Gratification Theory)

تركز نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات على أهمية الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب، ودوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر(اسماعيل، 2003: 17-18). وتضفي هذه النظرية صبغة الايجابية على جمهور وسائل الإعلام، بمعنى أن الجمهور ليس مجرد مستقبل سلبي لرسائل وسائل الإعلام، وإنما جمهور نشط وفعال ويختار من الإعلام ما يناسب رغباته الشخصية، وهو صاحب المبادرة في تقرير الأساليب التي يتلقى بها الإعلام بما يتفق وحاجاته ورغباته، وإن رغبات الجمهور متعددة ولا يلبي الإعلام إلا بعضاً منها(الموسى، 2012: 203-204).

ويرى كاتز(Katz) ، (كما جاء في مكاوي والسيد) أن منظور نظرية الاستعمالات وتلبية الاحتياجات يرتكز على خمسة أسس هي(1998: 240):

- ان اعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الإتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإتصال لتحقيق اهداف مقصودة.
- يعبر استخدام وسائل الإتصال عن الحاجات التي يدركها اعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
- الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد.

- يستطيع افراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم، وبالتالي يختارون الرسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الإتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

وتشرح النظرية سلوك المشاهد فيما يتعلق بتجربة الفرد مباشرة مع وسائل الإعلام، ثم إن إشباع حاجات المشاهد لا تتم فقط من خلال التعرض إلى وسيلة إعلامية محددة، بل تتم كذلك من خلال السياق الإجتماعي الذي تستخدم فيه هذه الوسيلة. وتنطلق هذه النظرية من أن "الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الإتصال بإعتبارهم افراد معزولين عن واقعهم الإجتماعي وإنما بإعتبارهم أعضاء في جماعات منظمة، وبذلك فالعوامل الديمغرافية والإجتماعية مثل: النوع ، والسن، والمهنة، والمستوى التعليمي والإقتصادي والإجتماعي لها تأثيرها في إستخدام الجمهور لوسائل الإتصال"(مكاوي والسيد، 1998: 314). كما أن العوامل النفسية، تؤدي إلى وجود حوافز أو دوافع معينة تكون بحاجة إلى إشباع، وبالتالي، فإن العوامل النفسية تحدد العديد من الإستخدامات لوسائل الإعلام، ووفقاً للفروق النفسية بينهم يختار افراد الجمهور لأنفسهم مضامين إتصالية مختلفة(العبد، 2005: 20)؛ فالأفراد ليسوا مجرد مستقبلين لرسائل وسائل الإتصال، وإنما يختارون بوعي وسائل الإتصال التي يرغبون في التعرض إليها، ونوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والإجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفية المتاحة. وتتضمن الحاجات التي يسعى أفراد الجمهور إلى إشباعها " إحتياجات معرفية" تتمثل في الحصول على المعلومات المختلفة، و "احتياجات عاطفية" وتتمثل في تحقيق المتعة والحاجة إلى الحب والصداقة، و "احتياجات تحقيق الاندماج الذاتي" وتأتي تلك الحاجة من رغبة الفرد في تحقيق الذات، و "احتياجات إزالة التوتر" وتتمثل في الهروب من المشاكل الشخصية والرغبة في اللهو والإندماج في المضمون الإتصالي(مكاوي والسيد، 1998: 314).

وتكون هذه الاحتياجات مرتبطة بدوافع واستخدام وسائل الإتصال، أي إن الحاجة تولد الدافع لإستخدام وسائل الإتصال من أجل إشباع تلك الحاجة. وتم تحديد الدوافع بنوعين: " دوافع نفعية" وتهدف إلى التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات، ومراقبة البيئة التي ترتبط بإستخدام مضامين معينة، كنشرة الأخبار وبرامج المعلومات؛ و" دوافع طقوسية" وهي التي يعتاد الفرد على ممارستها دون تخطيط مسبق، وتهدف إلى التفاعل مع الوسيلة نفسها بغض النظر عن المضمون، وذلك لإشباع رغبات الفرد في تمضية الوقت والإسترخاء، والصداقة ، والهروب من المشاكل، وتتمثل هذه الفئة في المسلسلات والأفلام والبرامج الترفيهية المختلفة (مكاوي والشريف، 2000: 246).

وبخصوص الإشباعات، فقد صنفت إلى نوعين هما: " إشباعات العملية الإتصالية" وهي التي تنتج عن عملية الإتصال نفسها واختيار وسيلة معينة ، ولا ترتبط بمضمون الرسالة، وتتفرع إلى إشباعات " شبه توجيهية" تتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، مثل إشباعات الدعم والتعزيز، والشعور بالراحة والاسترخاء، وإشباعات " إجتماعية" تتحقق من خلال التوحد أو التماثل الذي يحدث بين الفرد والقائم بالإتصال، مثل التخلص من إحساس العزلة أو الملل، والتحرر العاطفي، والتوحد مع الشخصيات، والقدرة على الإندماج. وأما النوع الآخر فهو " إشباعات المحتوى" ويتضمن إشباعات "توجيهية" مثل الحصول على المعلومات، وتأكيد الذات، والمنفعة المتعلقة بإتخاذ القرارات ،واكتشاف الواقع وحب الاستطلاع، وإشباعات " إجتماعية" وهي التي تربط بين المعلومات التي يحصل عليها الفرد وشبكة علاقاته الشخصية، مثل التحدث مع الآخرين، وإدراك الواقع الإجتماعي (محمود، 2004: 289-290).

مما سبق تتضح أهمية نظرية الاستعمالات والاشباعات، حيث يمكن توظيف هذه النظرية لمعرفة استخدام افراد عينة الدراسة للقنوات الفضائية الأردنية وفقا للفروق الفردية فيما بينهم والتي قد تحكم استخداماتهم للقنوات الفضائية، بالاضافة الى حاجاتهم الاجتماعية والنفسية. ويتضح أيضا تداخل نظرية الاستعمالات والاشباعات مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في الفروض أو المرتكزات والتأثير أو في العلاقات بين الأنظمة الاجتماعية ووسائل الإعلام. فنظرية الاستعمالات والاشباعات تنطلق من فرضية مشتركة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته والوصول الى أهدافه.

ومن خلال هذا التداخل بين النظريتين سيتم مناقشة اعتماد افراد مجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة، والدوافع (النفعية والطقوسية) التي تحثهم على مشاهدة تلك القنوات، ومدى تلبية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية المحلية الأردنية لإشباع إحتياجاتهم المعرفية.

3- النظريات الأربع للصحافة:

تختلف الأنظمة الإعلامية من مجتمع إلى آخر في نوعها وطبيعة مؤسساتها وأساليب عملها وكيفية تأثيرها على الجمهور، ويعود ذلك لأسباب عدة ترتبط بمدى توفر الإمكانات البشرية والتقنية، وتطور المجتمع في المجالات السياسية والإجتماعية والإقتصادية والثقافية. وتلعب هذه العوامل دوراً بارزاً في التأثير على عمل الأنظمة الإعلامية بمختلف جوانبه، وتضفي عليه صبغة خاصة به، وبالتالي فإن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي مجتمع سيعكس طبيعة النظام السياسي والإجتماعي والإقتصادي فيه. وحيث أن الإعلام يشكل أحد الأنظمة

الفرعية في النظام الكلي للدولة والمجتمع، فهو يتأثر حتما ببقية الأنظمة الفرعية الأخرى كالأنظمة السياسية والإجتماعية والإقتصادية..الخ، كما يؤثر هو الآخر فيها أيضا. فهناك أنظمة سياسية واجتماعية منفتحة تسمح بإستقلالية الإعلام وحرية التعبير والتفكير، وبالمقابل، هناك أنظمة منغلقة تضيق ذرعا بوسائل الإعلام وتحاول السيطرة عليها وتدأب على مراقبة المواد الإعلامية لتأتي متفقة مع سياسات الدولة. كما أن الأسلوب الذي تعمل به وسائل الإعلام في أي مجتمع " يوضح كذلك الكيفية التي تمارس بها السلطة نفوذها، وطبيعة العلاقة التي تربط الأفراد بالمؤسسات، وأخيرا، موقف الدولة من بعض القضايا الأساسية، كحقوق الأفراد وواجباتهم، وموقفها من الحقيقة والمعرفة والتعامل معها"(الموسى، 1995: 75-76).

ويرى (أبو إصبع، 2004: 88-90) أن الأنظمة الإعلامية في دول العالم المعاصر، وعلى إختلاف بيئاتها، تتفق على ثلاثة مبادىء أساسية متداخلة مع بعضها البعض، وهي: " حرية وسائل الإعلام في التعبير، حق الإنسان في الإتصال، ومسئولية وسائل الإعلام نحو المجتمع". إلا أن هذه الأنظمة الإعلامية تختلف في تفسير مضامين وأبعاد هذه المبادىء، وفقا لطبيعة نظرها إلى مفهوم الحرية وقوانينها، و فهما لمعنى المسئولية الإجتماعية وحدودها. فالنظام الإعلامي عادة ما يكون نتاجاً واقعياً للأنظمة العقائدية والفكرية والإجتماعية والسياسية في المجتمع- بما تحمله من معتقدات وإفتراضات يتقبلها المجتمع أو تسوده وتحكم علاقاته- وهذه تنعكس بالضرورة على نظام وسائل الإعلام، " فطبيعة النظام السياسي، وعلاقة الفرد بالدولة، وطبيعة المعرفة ونظام العقيدة فيه كلها عوامل مؤثرة في النظام الإعلامي، بل هي التي تفلسف وتبرر طبيعة النظام الإعلامي، وتحدد دوره في المجتمع".

وفي ضوء المستجدات التي صاحبت الحرب العالمية الثانية، وانعكست سلبا على مصداقية الصحافة آنذاك، بادر عدد من الأكاديميين، لإعادة النظر في الأفكار والرؤى الفلسفية المتعلقة بحرية الصحافة، وخاصة فيما يتعلق بعلاقة السلطة بالصحافة، وعلاقة الصحافة بالمجتمع، وذلك بهدف تحسين أداء الصحافة. فبعض المستجدات إرتبطت بإزدياد الإحتجاج على وسائل الإعلام، حيث هوجمت الصحافة لإرتباطها بشركات إقتصادية كبرى، وبالإعتداء المستمر على الأخلاق العامة والحياة الخاصة، وبالتبعية والإستجابة لضغوط كبار المعلنيين. وأتُهمت الإذاعة، أيضاً، بتمركزها ضمن شبكات إعلامية كبرى، وإفرادها " مساحات واسعة للجريمة والجنس"، وبتعاظم وظيفتها الدعائية والإعلانية (مهنا، 2002: 72).

وقد شكلت دراسات اللجنة الملكية للصحافة البريطانية، والإتحاد القومي للصحفيين في بريطانيا، وتقارير لجنة حرية الصحافة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية بهدف تحسين أداء الصحافة، مرجعية لتفكير العديد من الباحثين والأكاديميين، أمثال (سيبرت وبيترسون وشرام)

الذين وضعوا مؤلفا بعنوان **النظريات الاربعة للصحافة** عكس أفكارا تقدمية في العالم الغربي بتحويله التركيز من "حرية الصحافة" إلى "مسؤولية الصحافة"، إضافة إلى طرح التساؤلات حول القيم الإجتماعية للحرية. ومفاد هذه النظريات أن مؤسسة الإعلام الإخباري لا تستطيع البقاء مستقلة عن البيئة المحيطة بها ولكن تأخذ لحد ما شكل ولون الهيكل الإجتماعي. وقد ساهمت هذه النظريات في وضع تصورات معيارية عن الدور المتوقع للصحافة والإعلام في المجتمعات الإنسانية، وتتضمن هذه النظريات السياسية/الأيديولوجية أربع نظريات رئيسة هي: السلطوية، الحرية (الليبرالية)، الشيوعية أو الشمولية، والمسئولية الإجتماعية (Siebert et. al., 1963).

ويقوم البناء النظري للنظرية السلطوية على اساس جعل وسائل الإعلام في الأنظمة السياسية السلطوية في خدمة السلطة، تنطق باسمها وتعمل بتوجهاتها، وتقدم وجهة نظرها للجمهور، وجعلها أدوات لنشر وعرض مواقف الدولة أو السلطة على الجمهور كذلك. ووظيفتها الأساسية هي احاطة الجمهور بما يحتاج من بيانات سياسية ومعارف عامة بالقدر الذي يحقق أهداف الدولة وبسط سلطتها على الشعب(مكاوي،1994: 64-66).

وبالرغم من تحرر أوروبا من هيمنة الحكومات السلطوية على وسائل الإعلام بفعل الفكر التنويري الذي تأسست عليه بناءات وهياكل مؤسسية جديدة، إلا إن الفكر والممارسة السلطوية كانت الأساس الذي إعتمدته الدول النامية، وبالذات حديثة العهد بالإستقلال من الإستعمار الأوربي. وتبنت هذه النظرية كثير من الأنظمة السياسية في دول العالم النامي، التي حرصت على أن تكون السيطرة والتحكم في وسائل الإعلام من خلال إما فرد أو نخبة سلطوية (أبو إصبع،2004: 95).

وأما النظرية الشيوعية التي إنبثقت من النظرية السلطوية، فتقوم على فكرة أن وسائل الإعلام الجماهيرية تٌعد أدوات للحكومة، وجزءاً لا يتجزأ من الدولة، والدولة تملك وتقوم بتشغيل هذه الوسائل والسيطرة عليها من خلال الموارد، ولهذا فان الحزب هو الذي يتحكم تحكما كاملا في مجريات الشأن الإعلامي في الدول الشيوعية، وأن وظائف وسائل الإعلام في المجتمع الشيوعي هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم بقاء وتوسع النظام الإشتراكي وتحقيق أهدافه، وتعمل وسائل الإعلام الشيوعية على تربية الشعب على المسار الإشتراكي، وتقوية القناعات الشعبية بالفكر الشيوعي السائد، ومحاربة الفكر المضاد الذي تمثله الرأسمالية الغربية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة (أبو إصبع، 2004: 95). كما تسيطر الفئة الحاكمة في النظام السياسي مركزيا على كل وسائل نقل المعلومات، ولا يمكن نشر أي وسائل إعلام أجنبية أو منافسة أخرى لم يوافق عليها مطلقا في البلاد. إضافة إلى محاولة هذه الفئة الحاكمة السيطرة

على كل أمور حياة الأفراد في المجتمع، ومطالبتهم إياهم بإلتزام إيجابي نشط في السر والعلانية لخدمة أهدافها(Rugh, 1989: 53-58).

ومع إنهيار الإتحاد السوفيتي وإندثار الانظمة الشمولية، وصعود النظام العالمي الجديد وما رافقه من عولمة، إنحسر الإعلام الشمولي واقتصر على بلدان شيوعية مثل كوريا الشمالية.

و تنطلق الفكرة الجوهرية لنظرية الحرية (الليبرالية) من كونها تسعى إلى إيصال الحقيقة إلى الناس. وتّبنى هذه النظرية على وجود حرية صحافة حقيقة، وبموجبها لا تخضع الصحافة لأي شكل من أشكال الرقابة سواء داخلياً أو خارجياً. وتتمثل الحرية الصحافية بإمكانية البث والنشر بدون أي رقابة قبلية أو متطلبات قانونية لترخيص مسبق أو تهديد وخوف من عقوبات متوقعة، وبقيام الصحافة ووسائل الإعلام بدور المراقب (watchdog) لما يدور في المجتمع ومتابعة أداء وظائف المؤسسات الإجتماعية الأخرى (الموسى، 1995: 80). وتستهدف هذه النظرية تقليل القيود التي تضعها الدولة على الفرد إلى اقصى حد، ولا تقبل أي مبرر لتدخل الدولة في شؤون الأفراد إلا في حال منع الضرر عنهم (مكاوي، 1994: 67).

وبالنسبة لنظرية المسؤولية الإجتماعية، التي إنبثقت عن نظرية الحرية، فإنها تستند إلى فكرة أساسية مفادها أن حرية الصحافة يقابلها مسؤولية نحو المجتمع، وفي حال تقصير الصحافة في القيام بمسؤولياتها الإجتماعية وإنحرافها عن وظائفها الأساسية في الإتصال الجماهيري، لأي سبب كان، فلا بد من وجود جهات رقابية للتأكد من تعديل مسارها(الموسى، 2012: 111).

ويظهر بوضوح أن نظرية المسؤولية الإجتماعية تركز على أهمية الوظيفة الإجتماعية لوسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة والرقمية، وأنه يتعين إقامة التوازن بين حرية الرأي والتعبير وبين مصلحة المجتمع وأهدافه، وحماية القيم والتقاليد، والحق في الخصوصية. فالحرية وفقاً لهذه النظرية حق وواجب ومسؤولية في وقت واحد، وإلتزام بالموضوعية وبالمعلومات الصحيحة غير المغلوطة، وتقديم ما يهم عموم الناس بما يسهم في تكوين رأي عام مستنير، وعدم الإعتداء على خصوصية الأفراد والمحافظة على سمعتهم ، والإلتزام بالضوابط الأخلاقية والقانونية الحاكمة للعمل الإعلامي.

وبموجب هذه النظرية، حدد (سيبرت ورفاقه) وظائف الإتصال الجماهيري، بالتالي (Seibert, et. al., 1963: 7-8):

1- خدمة النظام السياسي بتوفير المعلومات والمناقشات والمناظرات حول المسائل العامة.

2- تنوير الجمهور كي يستطيع أن يحكم نفسه.

3- حراسة حقوق الأفراد وذلك بأن تعمل وسائل الإتصال كمراقب عام على أعمال الحكومة.
4- خدمة النظام الإقتصادي عن طريق الإعلانات.
5- توفير الترفيه.
6- المحافظة تمويليا على اكتفائها الذاتي وذلك كي تتحرر من ضغوط المصالح الخاصة.

وبعد هذه الخلفية النظرية في نظم الإعلام العربية والعالمية، فإن التلفزيون، وقنواته في الأردن تستحق القاء نظرة نوجز بها تعريف المصداقية وخصائصها.

4- **مفهوم المصداقية:**

تعد المصداقية واحدة من أهم القيم الإعلامية المؤثرة في الإعلام والعملية الإتصالية، لما تلعبه من دور فاعل ورئيسي في عملية الإقناع وتعديل إتجاهات الرأي العام نحو القضايا البارزة في المجتمع خلال فترة أو فترات زمنية معينة. وقد تباينت رؤى الباحثين حول مفهومها، فمنهم من يرى أنها تعني:" الثقة في الوسيلة او إمكانية الإعتماد عليها ". وآخرين يرون أنها تعني: "إحترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل" وبعض آخر يعتقد أنها تعني " رضا الجمهور عن أداء الوسيلة " (علم الدين، 1989: 11).

ويرى الموسى(2012: 175) بضرورة توفر حد أدنى من المسؤوليات التي على الإعلام الإلتزام بها في إطار وظائفه الإتصالية، " وهذه المسؤوليات تتعلق بالمصداقية، والقيم الاجتماعية، والذوق العام، وتلبية حاجات المجتمع". وربط أيضا بين ثقة واحترام الجمهور لوسائل الإعلام وبين مدى مصداقية هذه الوسائل، إذ يعتقد أن على وسائل الإعلام، إذا ما ارادت التحلي بالمصداقية ومن ثم الحوز على ثقة واحترام الجماهير لها، أن تقوم بما يلي:

" أولاً: أن تتأكد من صحة الأنباء والمعلومات التي تقدمها للجماهير، وصدق تلك الأنباء والمعلومات ودقتها.

ثانيا: أن تحافظ على الحياد عندما تعالج القضايا الجدلية، ويتم ذلك بإظهار وجهات النظر لمختلف القطاعات بتوازن.

ثالثاً: أن تختار من الأنباء والقضايا تلك التي تتعلق بالجمهور، وتهمه وتخدم مصالحه.

رابعاً: أن تقدم لجماهيرها تحليلات للأنباء والأحداث تتصف بالذكاء والمعرفة وتكشف عن التضلع في الشؤون العامة والحيوية"(المرجع السابق).

وتعددت التعريفات التي تناولت مفهوم المصداقية، وتفاوتت من تعريف إلى آخر، وذلك نظرا لتعدد ابعاد المفهوم، ووسائل الإعلام، والمجتمعات البشرية وغيرها من متغيرات. وقد

ساهمت بحوث المصداقية في الأدبيات الغربية إلى تحديد معايير ومقاييس لمصداقية وسائل الإعلام بشكل عام، وقد استفادت الدراسات الإعلامية المتعاقبة والتي تطرقت إلى مفهوم المصداقية من هذه المعايير واستخلصت منها أكثر الأبعاد شيوعاً للإستفادة منها في عملية قياس المصداقية، وبما يتلائم مع ظروف الأنظمة الإجتماعية وثقافاتها المتنوعة. وقد نتج عن هذه المعايير الكثير من المؤشرات أو العبارات التي توضح كل منها بعدا من أبعاد المصداقية، فقد يكون هناك أكثر من مؤشر للدلالة على بعد معين من أبعاد المصداقية (نصار، 2003: 8-10).

ويرى الباحثون الغربيون، ومن بينهم (هوفلاند و وايس)، أن المصداقية تمثل: " المدى الذي يُنظر من خلاله إلى القائم بالإتصال على أنه مصدر للتأكيدات الصحيحة (valid assertions)، ودرجة الثقة في نية أو مقصد القائم بالإتصال في نقل أو إيصال التأكيدات التي تعتبر الأكثر صحة (most valid)"(Hovland & Weiss, 1951: 635).

ومن بينهم، أيضا، (أندرسون و كليفنجر) اللذان يريا أن " تأثير وسائل الإعلام يُستمد من مصداقية المصدر(مصدر المعلومات)، وان مصداقية المصدر تشكل التركيبة المهمة التي تؤثر على فاعلية إقناع الرسالة للمتلقي" (Anderson & Clevenger, 1963: 59). وقد تناول هؤلاء الباحثون تقييمهم لمصداقية وسائل الإعلام من خلال مصداقية مصدر الرسالة "بوصفها سمة لصيقة بالمصدر أو رافد المعلومات أيا كانت طبيعته، حيث تكون وحدة التحليل في هذا الصدد القائم بالإتصال نفسه أو جريدة أو مؤسسة إعلامية بعينها"(علي، 2006: 129).

وفي إطار علاقة المصداقية بفاعلية المصدر يرى أبو اصبع (2004:227) ما يلي:

1- تنتج مصداقية المصدر المرتفعة تغيراً فوريا لدى المتلقي أسرع من المصادر ذات المصداقية المنخفضة، كما تنتج تبدلات في الرأي أكثر بكثير من المصادر ذات المصداقية المنخفضة أو الضعيفة.

2- إن المصادر المتحيزة في الغالب أقل تأثيراً من المصادر غير المتحيزة، وإن الموافقة مع المصدر ذي المصداقية المنخفضة لا تزداد مع إمتداد الوقت.

3- المصادر الجذابة غالباً ماتكون أكبر تاثيراً من المصادر غير الجذابة، وتقوم الصفات مثل الجاذبية الجسدية والشَبه والألفة والود كصفات إيجابية لتغير الآراء.

4- مصداقية المصدر لها تأثير أكبر من جاذبيتها، والمتلقي يتأثر اكثر إذا كان المصدر خبيراً اكثر من كونه واحدا من زملائه.

و يرى عيساني (2008: 72) وجود علاقة بين مصداقية وسائل الإعلام والمصداقية التي يتمتع بها "المرسل أو القائم بالإتصال". وتعتمد مصداقية المرسل على عنصرين أساسيين هما: "

الخبرة والثقة بالقائم بالإتصال، ويفسر مفهوم الخبرة بمدركات المتلقي عن معرفة المصدر للإجابة الصحيحة عن السؤال أو القضية المطروحة وموقفه السليم منها، وهذه تعتمد على التدريب والتجربة، والقدرة، والذكاء، والإنجاز المهني، والمركز الإجتماعي". والشخص الخبير هو الذي يمتلك المعلومات الصادقة والحقيقة عن الموضوع الذي يتحدث فيه أو يناقشه مع المتلقي، و يشير عنصر الثقة إلى " إدراك المتلقي عن المرسل أو المصدر بأنه يشارك في الإتصال بشكل موضوعي ودون تحيز" .

وبالمقابل، رفض عدد آخر من الباحثين، أمثال (قونثر)، إعتماد " مصداقية مصدر الرسالة"، لتقييم مصداقية وسائل الإعلام، واقترحوا إعتماد بديل عنه وهو " دراسة الجمهور وخصائصه"، وذلك كون المصداقية من وجهة نظرهم هي: " إستجابة الجمهور للرسالة" (Gunther, 1992). وفي هذا السياق، جاءت دراسة (مولينتان و شلايفر) لتؤكد أن متغير خبرة الجمهور بوسائل الإعلام يعتبر أحد أبرز العوامل المسؤولة عن تراجع مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور، وأن أساليب وأنماط الممارسة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام تصب في بوتقة التحيز، مما يؤدي إلى تراجع مصداقية تلك الوسائل عبر الزمن(Mullaininthan & Shleifer, 2002: 3-5). ويرى علي (2006: 130) أن تعرض أفراد الجمهور عبر الزمن لمعلومات وبيانات غير دقيقة أو متحيزة يؤدي بدوره إلى تقييم المتلقي لوسائل الإعلام "بوصفها مصادر غير صادقة، وغير أمينة في نقل المعلومات، مما يجعله يتجه صوب مصادر أخرى أكثر مصداقية لإستقاء المعلومات عن الشؤون المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية".

وفي إطار تعرض الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة، يرى الموسى (1995: 118-119) أن المشاهد يتعرض إلى "الوسائل الإعلامية التي تقدم أفضل الخدمات الإعلامية، وأن سريان المعلومات من الوسائل الإعلامية إلى الجمهور لا يتبع نمطاً احادياً خطياً، بل تتوسطه عوامل أخرى بعضها ذو علاقة بأشخاص آخرين، وبعضها ذو علاقة بإطار الشخص المرجعي نفسه والذي يتأثر بعوامل اجتماعية مختلفة". ويرى أيضا أن الأفراد "الذين يتعرضون لرسائل إقناعية، فإنهم يعملون على تجنب تلك الرسائل التي لا تتفق ومعتقداتهم، أو يبتدعون المسوغات لفهم تلك الرسائل بطريقة تعزز معتقداتهم الموجودة أصلا. وإذا وثق الناس بمصدر إعلامي فإنهم في الأغلب الأعم يقبلون ما يقوله ذلك المصدر ويصدقونه"(الموسى، 1995: 110-111).

وهناك من الباحثين من تناول دراسة المصداقية بوصفها متغيرا متعدد الأبعاد يشتمل العديد من المكونات والمتغيرات الفرعية "المرتبطة بالمصدر، والوسيلة، والجمهور، وخصائص الواقع الإجتماعي"(علي،2006: 129؛ مصطفى، 2003: 3).

من هذه الأبعاد إستخدم (جازيانو و ماغراث) إثني عشر بعدا للمصداقية، وهي: الإنصاف، عدم التحيز والحياد، التوازن، الثقة، الشمول، الوضوح، الواقعية، كفاءة الصحفي، فصل الرأي عن الوقائع، الدقة، واحترام الجمهور ومراعاة إهتماماته (Gaziano and McGrath, 1986: 452-453). وقام (ماير) بفحص أبعاد المصداقية التي وضعها(جازيانو وماغراث)، وحدد على أساس ذلك خمسة أبعادٍ رئيسة للمصداقية، وهي: الإنصاف (منصفة - غير منصفة)، و الحيادية (منحازة - غير منحازة)، ،الشمول (تروي القصة كاملة - ترويها مبتورة)، ألدقة (دقيقة - غير دقيقة)، الثقة (موثوقة - غير موثوقة) (Meyer, 1988: 567-574).

وكذلك عمل (إنفانتي) على قياس مصداقية مصدر المعلومة او الخبر وفقا لثلاثة أبعادٍ هي (Infante, 1980: 19-26):

1- الموثوقية (trustworthiness): وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية:(صادق أو أمين مقابل غير صادق)، (موثوق به مقابل غير موثوق به)، (مخلص مقابل غير مخلص).

2- الأهلية (expertise) أو الخبرة: وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية: (ماهر مقابل غير ماهر)، (مؤهل مقابل غير مؤهل)، (مطلع مقابل غير مطلع).

3- الديناميكية (dynamism): وتم قياسها من خلال المؤشرات التالية: (جريء مقابل خجول)، (نشط مقابل خامل)، (عدواني مقابل وديع).

وأعتمد مصطفى مقياسا لمصداقية وسائل الإعلام، وفقا للأبعاد التي استخدمها (جازيانو وماغراث)، في دراسته الميدانية على النخبة في جمهورية مصر العربية، كما يلي(مصطفى، 2003 : 15و56):

1- الدقة في عرض الحقائق والبيانات.
2- النزاهة والتجرد.
3- الموضوعية وعرض مختلف الآراء ووجهات النظر.
4- الثقة فيما يبث من أخبار.
5- الحياد أو عدم التحيز في تغطية الإخبار.
6- المسؤولية المهنية والأخلاقية التي تنعكس في الأداء الإعلامي.
7- الحرية والإستقلالية التي تتمتع بها وسائل الإعلام في تغطية الأحداث والأنباء.
8- التميز المهني في التغطية الإخبارية.
9- الشمول، أو تقديم التفاصيل الكافية عن الحدث.
10- الفصل بين الحقيقة والرأي فيما تقدمه من اخبار.
11- إحترام خصوصيات الأفراد.
12- العمل من أجل الصالح العام.

13- الإهتمام بما يفكر به الجمهور.

14- الإبتعاد عن الإثارة.

وفي دراسته لمصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي ومقارنتها بالمصداقية التي تحظى بها وسائل الإعلام التقليدية، إستخدم (العربي، 2005 : 4-6) مقياسا تضمن عددا من الأبعاد لقياس مدى مصداقية هذه الأخبار، وهي: السمعة الجيدة، والخبره ، والآنية، والإكتمال، والعدالة، وقوة المصدر، والدقة، والمهنية، والعمق، والموضوعية، والموثوقية، والتفاعلية، والحياد أو عدم التحيز.

وفي تناولهم لدراسة مصداقية الأخبار، إعتمد(عندليب وآخرون) خمسة أبعاد (دعوها عوامل) وهي: إستقلالية القنوات الإخبارية، والدور الإجتماعي للأخبار التلفزيونية، وموضوعية الأخبار التلفزيونية، و خبرة أو أهلية المصدر، و جودة أو نوعية التقنيات المرئية المستخدمة في تقديم الأخبار(Andaleeb, et. al.,2009: 76-78).

وفي إطار هذا السياق، يعد توفر المناخ المناسب لحرية الرأي والتعبير بعداً هاماً من ابعاد مصداقية وسائل الأعلام، كونه يشكل رافعة لنمو وتقدم وسائل الإتصال الجماهيري ويكسبها ثقة واحترام الجمهور الذي يدعم وجودها وبقاءها ويحفزها للبحث عن سبل لتطوير أدائها. ومع أهمية توفر هذا العنصر لنمو وتقدم وسائل الإعلام، إلا أنه يبقى نسبيا، حيث أن توفر هذا العنصر بشكل مطلق غير ممكن، وذلك لأن عملية الإتصال تتم عادة من خلال مؤسسات، صغيرة كانت أم كبيرة، لها مصالحها الإقتصادية، وتعمل في سياق سياسي واجتماعي واقتصادي وفكري معين، ناهيك عن فلسفتها وأهدافها في توصيل الرسالة الإتصالية. ويواجه الأشخاص القائميين على عملية الإتصال أو ما يسمون (بحراس البوابة) كالمخبر الصحفي والمحرر ورئيس التحرير وغيرهم ممن ينتشرون على شبكة المعلومات، ضغوطات جمة تؤثر على قراراتهم منها ما يتعلق بالكم الكبير من المعلومات والأخبار، أو بتوجيهات أصحاب هذه المؤسسات والسياسة الإعلامية لمؤسساتهم، أو بمنظومة القيم الاجتماعية المقيدة للإعلامي، أو بوكالات الأنباء ومصادر الأخبار وغيرها من ضغوطات تقنية أو فنية أو زمنية تتعلق بإعداد الخبر وبثه، إضافة إلى الضغوطات الذاتية المتعلقة بالإعلامي نفسه كثقافته وشخصيته وطموحاته ، والضغط الواقع من قبل الجمهور المتلقي وتوقعاته من الإعلام. وتحت وقع هذه الضغوطات الكثيرة يصنع حراس البوابة قراراتهم ليحددوا للجمهور ما يستمع اليه وما يشاهده، ويحجبوا عنه ما يريدون، إن هؤلاء الأشخاص يغربلون ما يصلهم من أخبار ومعلومات، و يفرزون ما يرونه صالحا منها للبث. ولهذا يتوجب على الإعلامي الإلمام بالمهارات الإعلامية المتنوعة وأن يكون:

" مدربا ومثقفا وناضجاً، يتحلى بالقدرة على إصدار الأحكام السليمة، واتخاذ القرارات السريعة التي يستدعيها عمله"(الموسى، 2012: 118-120).

وبالرغم من تزايد وتيرة التحول الديمقراطي في كثير من الدول النامية (والأردن من بينها) مع أواخر القرن الماضي، والمطالب بضرورة ضمان حرية الرأي والتعبير، إلا أن هذه المطالب غالبا ما تصطدم بواقع مرير وهو تعدد الذرائع لدى حكومات الدول النامية، التي عادة ما تسعى إلى تأكيد سياستها وسيادتها وتنفيذ مصالحها، ومن ثم تنظر إلى وسائل الإعلام بإعتبارها أدوات يمكن توظيفها، وفي حال تعارضت مصالحها مع وسائل الإعلام تتسلح بذريعة المصلحة العامة والمصالح العليا والخطوط الحمراء، وما إلى ذلك من ذرائع لتبرر فرض عقوباتها وقيودها على وسائل الإعلام، كإغلاق المؤسسة الإعلامية مؤقتا أو دائما، كما حدث لقناة جوسات الأردنية التي تم اغلاقها في شهر آب لعام 2012 (www.youtube.com/watch?v=xWs3wkGntlg)، ومصادرة أعداد الصحف وعدم السماح بنشرها أو توزيعها، و توقيف الصحفيين أو المراسلين ومنعهم من مواكبة عمليات عسكرية، أو حبسهم مؤقتا، أو إشتراط مرافقتهم لحرس عسكري واصطحابهم لمناطق محددة.

وهذا لا ينطبق فحسب على الأنظمة الديكتاتورية بل نجده أيضا في الأنظمة الديمقراطية ولكن بمستوى أقل، والشواهد على ذلك كثيرة، سواء في أحداث غزو العراق أو في ليبيا أو ما يحدث في سوريا الآن. وقد تلجأ بعض الحكومات إلى تزييف المعلومات بهدف تضليل شعوبها والرأي العام المحلي والعالمي بهدف تحقيق سياساتها وتوجهاتها، وبهدف جر وسائل الإعلام لتبني هذه السياسات والتوجهات، وهذا ما لجأت إليه الولايات المتحدة وبريطانيا لتكسب التعاطف المحلي والدولي لإستخدامها القوة العسكرية لغزو العراق بحجة إمتلاكه للسلاح النووي (المهداوي، 2009: 48-52).

ثانياً: الدراسات السابقة:

تمت عملية مسح الدراسات السابقة على ثلاثة مستويات هي: المحلية الأردنية والعربية والأجنبية. وكشفت عملية المسح عن شّح الدراسات المحلية التي تناولت موضوع الدراسة مباشرة، وهو قياس مصداقية الأخبار التلفزيونية في الأردن، وهذا بخلاف ما هو موجود على الساحتين العربية والأجنبية، حيث توجد دراسات عديدة بهذا الخصوص.

1- الدراسات المحلية الاردنية:

- دراسة العزام و خزنة كاتبي (2010)، بعنوان: " إتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي"، وهي دراسة مسحية أجريت على المستوى الوطني، وشملت عينة طبقية عشوائية مكونة من 1800 مفردة، وموزعة على اقاليم المملكة الثلاثة، وفقا لعدد السكان، فضلاً عن عينة خاصة من جمهور النخبة تتكون من 200 مفردة ، بهدف مقارنتها مع العينة العامة على المستوى الوطني. واعتمد الباحثان المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي. وهدفت هذه الدراسة الإستطلاعية إلى الكشف عن إتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية إزاء عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية، والكشف عن العلاقة بين هذه الإتجاهات وبين الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الجمهور العام.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- إن مصداقية وسائل الإعلام الأردنية في نشر الأخبار وتناول الأحداث كانت بدرجة "متوسط" من وجهة نظر افراد العينة.
- كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبيا، على الرغم من وجود إتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات.
- ضعف الدور الرقابي لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان، و "هيمنة " الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.

- دراسة العلاوين (2009)، بعنوان: " تكنولوجيا الإتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "أنموذجا"، وهي دراسة مسحية أجريت على عينة طبقية عشوائية مكونة من 350 موظف وموظفة من موظفي مؤسسة الإذاعة والتلفزيون، وهدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى إستخدام تكنولوجيا الإتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية، وأثر هذا الإستخدام على أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون متمثلا بمجالات التخطيط، والمتابعة والتقويم، واتخاذ القرارت والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها:

- وجود أثر دال إحصائيا لإستخدام تكنولوجيا الإتصال في مجالات اداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية التالية: التخطيط، والمتابعة والتقويم، واتخاذ القرار، والموارد البشرية، والإنتاجية، وكفاءة الأداء.
- جاء ترتيب مجال كفاءة اداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية بالمرتبة السادسة وما قبل الأخيره على سلم تقدير أفراد العينة، بينما جاء مجال التخطيط بالمرتبة الأخيره.

- دراسة حرب (2008)،بعنوان: " إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني"، وهي دراسة مسحية غير منشورة أجريت على عينة عمدية قصدية من المجتمع الأردني بعمر 15 سنة فما فوق، ومكونة من 600 مفردة. وهدفت الدراسة إلى التعرف على إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني للفترة ما بين 2007-2008، بإستخدام منهج مسح الجمهور. وخلصت الدراسة الى أن 91.2 % من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني، وأن أكثر الأنماط البرامجية مشاهدة من قبل أفراد العينة، هي البرامج الإخبارية وبنسبة 52.2%. وجاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني بالمجمل منخفضة وبمتوسط حسابي بلغ (1,49) من (3,0). كما بلغ متوسط الإتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني (2,68) من (3,0).

- دراسة الحسن (2008)،بعنوان: "إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية "، وهي دراسة مسحية غير منشورة أجريت على عينة عشوائية مكونة من 650 مفردة، شملت خمس جامعات أردنية، ثلاث منها حكومية وإثنتان خاصتان، وهدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الفضائيات العربية، وإلى معرفة العادات الإتصالية وأنماط المشاهدة، إضافة إلى حجم تعرضهم لهذه المحطات. وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- جاءت محطة (mbc1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية، تليها: (MBC2) ، (روتانا) ، (الجزيرة الإخبارية) ، و(LBC) . وأما الفضائية الأردنية فقد جاءت بالمرتبة السابعة والأخيرة تفضيلا للمشاهدة من قبل الطلبة لمجمل المحطات الفضائية العربية.
- يشاهد معظم الطلبة التلفزيون من (1-2) ساعة يوميا في أيام الدوام والدراسة، بينما ترتفع إلى (4 ساعات وأكثر) في أيام العطل ونهاية الأسبوع.

- دراسة عريفات (2007)، بعنوان: " دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية عام 2007"، وهي دراسة مسحية غير منشورة أجريت على عينة غرضيه مكونة من 600 مفردة، من سن (18-30) عاما، تم اختيارهم بطريق العينة الغرضية من أقاليم المملكة الثلاثة، الوسط ، الشمال ، والجنوب. وهدفت إلى التعرف على دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية عام 2007 في إطار نظرية الإعتماد على وسائل الإتصال. ولتحقيق هذا الهدف تم إستخدام منهج مسح الجمهور. وقد تم تحليل محتوى البرامج التي قدمها التلفزيون الأردني أثناء الحملة الإعلامية من خلال إختيار عينة عمدية تمثلت في برنامجي

(صوتك وطن ، وصوتنا)، وتألفت العينة من (12) حلقة تلفزيونية تم تسجيلها من كافة محافظات المملكة الإثنتا عشر.

وقد خلصت الدراسة إلى ما يلي : كانت أكثر وسائل الإتصال التي تعرض لها الشباب أثناء الحملة الإعلامية لصالح المهرجانات الإنتخابية 40.8%، و جاء التلفزيون الأردني في الترتيب السابع في أكثر الوسائل الإتصالية التي تعرض لها الشباب أثناء الحملة الإعلامية وبنسبة 21.3%، وجاءت درجة إعتماد الشباب على التلفزيون الأردني متوسطة. كما أظهرت الدراسة أن التلفزيون الأردني كان له دورا ضعيفا في توعية الشباب أثناء الإنتخابات البرلمانية .

- دراسة بواعنة (1999)، بعنوان: " نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الأردني باللغة العربية: القناة الأولى"، وهدفت إلى التعرف على أبرز خصائص نشرة الأخبار الرئيسة في التلفزيون الأردني، وكذلك معرفة رأي المتخصصين في مجال الإعلام بنشرة الأخبار، وإلى أي مدى حققت النشرة الإخبارية رغبات وإحتياجات الجمهور. وأجريت الدراسة على عينة عمدية (قصدية) مكونة من 55 شخص، جميعهم مختصين في مجال الإعلام وخصوصا الأخبار التلفزيونية، وتم جمع البيانات بواسطة المقابلة الشخصية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- إن النشرة الإخبارية في التلفزيون الأردني تركز بالدرجة الأولى على الجوانب السياسية، سواء المحلية او الدولية.
- جاء الخبر الدولي بالمرتبة الأولى في النشرة ، بينما جاء الخبر المحلي بالمرتبة الثانية.

2- الدراسات العربية:

أما الدراسات العربية التي لها علاقة بموضوع مصداقية وسائل الإعلام المرئية والصحفية والإلكترونية، فهي كثيرة وخاصة في جمهورية مصر العربية، ومن بين أهم هذه الدراسات، هي:

- دراسة المهداوي (2009)، بعنوان: " أخبار العراق في الفضائيات العربية "، و تناولت هذه الدراسة أخبار العراق في الفضائيات العربية من حيث الكشف عن الأشكال الفنية التي إعتمدتها قناتا " الجزيرة" و"العربية" الفضائيتان لأخبار العراق خلال فترة الدراسة، ومدى الموضوعية والتوازن الإخباري الخاص بأخبار العراق في كل من تلك القناتين الفضائيتين. واعتمد الباحث منهج تحليل المضمون لتحليل أخبار العراق في القناتين الفضائيتين الخاصتين اللتين جرى إختيارهما بصورة قصدية. وتكونت عينة الدراسة من(72) نشرة أخبار من كل من القناتين ، أي بما مجموعه(36) نشرة أخبار تم اختيارها بصورة عشوائية من مجموع النشرات الإخبارية التي بثتها القناتان في فترة محددة.

وأوضحت نتائج الدراسة أن كلا من قناتي "العربية" و"الجزيرة" تعاملتا بإهتمام مع أخبار العراق ومنحتها قدرا كبيرا نسبيا من الزمن، لكن القناتين إختلفتا في التفاصيل، وبالتالي في مقدار تعاطي كل منهما مع تساؤلات الدراسة ، وافتقدتا إلى التوازن والموضوعية في تناول أخبار العراق.

- دراسة العتيبي (2007)، بعنوان: " مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة "، وهي دراسة مسحية طبقت على عينة عشوائية منتظمة قوامها 600 شخص من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود المنتظمين في الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2005 م. واعتمد الباحث منهج المسح بالعينة إلى جانب المنهج المقارن، والذي يتيح للباحث عقد مقارنة بين مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية و الخاصة في المملكة العربية السعودية. وهدفت الدراسة إلى التعرف على رأي عينة من طلاب وطالبات جامعة الملك سعود في المملكة العربية السعودية، في مصداقية الأخبار التلفزيونية الحكومية والخاصة، والكشف عن العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين عدد من المتغيرات كنوعية الخبر وشهرة القناة والجمهور. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ، منها:

- أن الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية أقل مصداقية من الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة.
- أن مصداقية الخبر في التلفزيون يرتبط بالقناة التي يذاع منها الخبر.
- وجود علاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين كلٍ من :موضوع الخبر، شهرة القناة، والجمهور الذي توجه له الأخبار، حيث أظهرت النتائج أن الأخبار الرياضية والأخبار العلمية هي أكثر مصداقية من الأخبار السياسية والأمنية والعسكرية، وأن شهرة القناة تجعل أخبارها ذات مصداقية عالية، وأن الأخبار التلفزيونية الموجهة للمجتمع المحلي تكون أكثر مصداقية من الأخبار الموجهة للمجتمع الخارجي.
- جاء بُعد الوضوح (الوضوح في اللغة والأفكار وأساليب تقديم الخبر) في المرتبة الأولى كأهم أبعاد ومكونات المصداقية في الأخبار التلفزيونية، يليه أبعاد القرب والترتيب والكفاءة، وجاء الحياد في المرتبة الأخيرة كأقل الأبعاد أهمية في مصداقية الأخبار التلفزيونية.
- احتل بُعد الترتيب (ترتيب الخبر في النشرة حسب أهميته) المرتبة الأولى كأبرز أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية التي تقدمها القنوات الحكومية، فيما جاء بُعد الحرية في المرتبة الأخيرة كأقل أبعاد المصداقية الموجودة في أخبار القنوات الحكومية، بينما احتل بُعد الحرية في الأخبار التلفزيونية التي تقدمها القنوات الخاصة المرتبة الأولى، يليه بُعدي القرب من مكان الخبر و الكفاءة المهنية.

- دراسة علي (2006) بعنوان: " مستويات مصداقية وسائل الإعلام المصرية لدى الجمهور: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية"، وهي دراسة مسحية أجريت على عينة قوامها 300 مفردة من مستخدمي الإنترنت ووسائل الإعلام المختلفة بمدينتي القاهرة والجيزة في مصر. وإستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي. واستهدفت الدراسة تقييم كل من وسائل الإعلام المصرية التقليدية والحديثة، و رصد المتغيرات الوسيطة التي تعضد الثقة أو على العكس تضعف الثقة في وسائل الإعلام المصرية. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

- أن وسائل الإعلام التقليدية (اذاعة، تلفزيون، صحف) أكثر مصداقية من وسائل الإعلام الحديثة(مواقع الكترونية)، وجاء التلفزيون في المرتبة الأولى من حيث المصداقية لدى أفراد العينة، ومن ثم جاءت الصحف الحزبية في المرتبة الثانية، وجاءت الصحف القومية (الرسمية) في المرتبة الثالثة، والصحف الخاصة جاءت في المرتبة الرابعة، بينما كانت مصداقية الوسائل الحديثة ممثلة في المواقع الإلكترونية الأدنى بينها جميعا.
- وجود علاقة إيجابية متوسطة القوة بين متغيري المصداقية والإعتماد، مما يدعم العلاقة التبادلية بينهما ويؤكد بدوره الإرتباط الوثيق بين الإعتماد على وسائل الإعلام من ناحية، والثقة في مضامينها الإخبارية من ناحية أخرى.

- دراسة العربي (2005)، وهي دراسة مسحية بعنوان: " مصداقية الصحف الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي :دراسة مسحية على متصفحي الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض"، واستهدفت التعرف على كيفية تعرض متصفحي الصحافة الإلكترونية للأخبار وتحديد المصداقية التي يعطونها لمختلف وسائل الإعلام التقليدية لديهم، وقد إعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي، واختار عينة البحث من مدينة الرياض وذلك بإستخدام الطريقة الشبكية أو ما تسمى بعينة الكرة الثلجية، وقد إختار 450 مفردة بحثية لتوزيع الإستبانه عليها. وقد توصل الباحث إلى عدد من النتائج، ومنها ما يلي:

- أن أخبار القنوات التلفزيونية بشكل عام قد حظيت بدرجة مصداقية تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والصحافة والإنترنت، حيث أن قيم متوسطات معظم أبعاد المصداقية فيها أعلى من مثيلاتها في الوسائل الإعلامية الأخرى.
- أن القنوات التلفزيونية تتميز عن الوسائل الإعلامية الأخرى في الأبعاد التالية: الآنية، والمهنية التحريرية، والدقة، وقوة المصادر، أما الإذاعة فإن ما يميزها من حيث القوة هي صفات :الآنية، وقوة المصادر، وما يميزها ضعفاً هو الموثوقية، والدقة، والتفاعلية، أما الصحافة فإنها تتميز بالمهنية التحريرية فيما تفتقر إلى الدقة والموثوقية، وبالنسبة لأخبار الإنترنت فهي تتميز بالآنية والتفاعلية فيما تفتقد إلى الدقة والموثوقية.

- أن الموثوقية هي نقطة ضعف مشتركة لكلٍ من الإذاعة والصحافة والإنترنت، بينما تتمتع أخبار القنوات التلفزيونية بموثوقية أعلى من المتوسط لدى الجمهور.

– دراسة القرني (2003) بعنوان "معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة": وإستهدفت الدراسة التعرف على العلاقة بين السلطة والصحافة في ضوء النظريات الإعلامية المختلفة وهذا في الجانب النظري، وأما في الجانب التطبيقي فاستهدفت التعرف على حجم التغطية الصحافية لمختلف القطاعات الحكومية والخاصة في المملكة العربية السعودية، وخاصة تلك المعنية بالقطاعات الخدمية في المجتمع؛ والتعرف على اتجاهات التغطية الصحافية للقطاعات الحكومية والخاصة؛ إضافة الى التعرف على إختلاف التغطية في فترتين زمنيتين، قبل وبعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر. وقد إعتمد الباحث منهج تحليل المضمون للصحافة السعودية ممثلة في صحيفتي الرياض والجزيرة، للتعرف على طرق معالجتها للقضايا والموضوعات المحلية، وخاصة ذات العلاقة بالأجهزة الخدمية في المجتمع السعودي.

وكشفت نتائج هذه الدراسة نموذجا جديدا في مفهوم الصحافة النقدية بعد أحداث 11 سبتمبر، حيث وجدت أن معظم مساحات الرأي في الصحافة السعودية، وهو إعلام مطبوع ويعد إعلاما خاصا، مثلت توجها نقدياً عاماً في الصحافة، وبنسبة تقترب من 70%. وهذه النتيجة مرضية جداً، من وجهة نظر الباحث، حيث تأتي على عكس ما يراه البعض أن الصحافة السعودية هي صحافة دعائية بالدرجة الأولى. هذا بينما يقر الباحث انه بالنسبة إلى الإعلام المرئي والمسموع والذي يعد إعلاماً رسمياً، تختلف النتيجة، حيث أن الإتجاه العام في الإعلام الرسمي هو إلى الجانب الدعائي، أكثر منه في الجانب النقدي.

– دراسة مصطفى (2003) بعنوان : " مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق": وهي دراسة مسحية أجريت على عينة قوامها 100 شخص من القيادات السياسية والحزبية والفكرية والعلمية، وهدفت إلى التعرف على تقييم افراد العينة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق في وسائل الإعلام المحلية والعربية والدولية. واستخدمت الباحثة المنهج المسحي التحليلي في وصف وتحليل البيانات الواردة في دراستها.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها:

- انخفاض مستوى المصداقية في أداء وسائل الإعلام بشكل عام، لافتقاد وسائل الإعلام لبعض ابعاد المصداقية من موضوعية ودقة وحرية ومهنية وموثوقيه.

- تقدمت وسائل الاعلام المسموعة والمرئية على باقي الوسائل الإعلامية من حيث انها كانت أكثر مصداقية في تغطيتها لأخبار الحرب على العراق من وجهة نظر افراد العينة، وجاءت القنوات التلفزيونية بشكل عام في المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام من حيث توافر ابعاد المصداقية.
- عدم وجود إرتباط بين متغيري الإعتماد والمصداقية، إذ على الرغم من أن وسائل الإعلام الأجنبية لم تكن المصدر الأول للحصول على المعلومات عن الحرب على العراق من قبل النخبة المصرية، إلا أنها احتلت المرتبة الأولى من حيث توافر ابعاد المصداقية في تغطيتها لأخبار الحرب على العراق، وقد أرجع افراد العينة مصداقية قنوات التلفزيون الأجنبية إلى توافر بُعدي الدقة والشمول في التغطية الإخبارية.
- جاءت الصحف والمجلات العربية في المرتبة الأخيرة من حيث التزامها بابعاد المصداقية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق وذلك بنسبة 8.3%.
- احتلت الموضوعية المرتبة الثانية وبنسبة 28.5% بعد بُعدي الدقة والشمول في تغطية الأخبار، بينما احتلت المهنية المرتبة الثالثة وبنسبة 27.9%، هذا بينما احتلت الحرية في التغطية الإخبارية أدنى مرتبة وبنسبة 9.4% فقط.

- دراسة نصار (2003) بعنوان : "تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية": وهي دراسة مسحية أجريت على عينة عمديه من قراء الصحف المصرية في مدينتي القاهرة وأسيوط بلغت 250 شخص. ولأغراض البحث اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي. وقد استهدفت الدراسة التعرف على رصد أهم الصحف التي تقرأها الصفوة المصرية ودوافع قراءتهم لها وتحديد مدى أهمية الصحف المصرية بالنسبة للصفوة بالمقارنة مع الصحف العربية والأجنبية ووسائل الإعلام الأخرى، وتأثير إدراك الصفوة لقيم الممارسة المهنية والأخلاقية للصحافة المصرية من خلال تأثير المصداقية على استخدام الصفوة لتلك الصحف. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها:

- إن مصداقية التلفزيون المصري بدأت في التراجع عندما دخلت مجال المقارنة مع القنوات الفضائية العربية والأجنبية الإخبارية والتي تقدم تغطية متكاملة وأكثر شمولية للأخبار طبقًا لآراء المبحوثين.
- تقدم التلفزيون المصري والقنوات الفضائية العربية الإخبارية على غيرها من وسائل الإعلام المصرية الأخرى بما فيها الصحافة كمصادر للمعلومات.
- أن مصداقية الخبر في التلفزيون ترتبط بالقناة التي يذاع منها الخبر وليس بشخص مذيع النشرة كما هو الحال في الغرب.

- دراسة كامل(1998م)، وهي دراسة مسحية بعنوان" مصداقية التلفزيون" ، وقد أجريت علـى عينة عشوائية طبقية من مدينة القاهرة الكبرى بلغت 960 مفردة ، واعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المقارن حيث عمدت إلى المقارنة بين وسائل الإعلام المختلفة من حيث درجة المصداقية التي تحظى بها كل منها لدى الجمهور، واستخدمت في الدراسة صحيفة الاستقصاء بالمقابلة كأداة لجمع البيانات من العينة. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مصداقية وسائل الإعلام ممثلة في الصحافة والإذاعة والتلفزيون الحكومي المصري، والمقارنـة بـين درجـة المصداقية التي تحظى بها كل وسيلة لدى الجمهور مقارنة بغيرها مـن الوسـائل الإعلاميـة الأخرى. ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- ارتفاع مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى عينة البحث، حيث بلغت نسبة مصدقي الأخبار التلفزيونية 95.0% من مجموع عينة الدراسة.
- أن أكثر الأسباب التي تحول دون مصداقية نشرات الأخبار التلفزيونية لدى عينة البحث هي :أنها تقدم ما تريده الحكومة وذلك بنسبة 62.9%، ثم وجود قدر من المبالغة فيهـا بنسبة 22.9%، ثم عدم اهتمامها بمتابعة الأخبار المحلية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 8.6%.
- أن من الأسباب التي تجعل الأخبار التلفزيونية تكتسب مصداقية أكبر لدى المشاهد هـي أنها تقدم الأخبار بالصورة والدلائل بنسبة 73.3%، يليها متابعة الأحداث المحلية بنسبة 14.2% ، وكون التلفزيون مصدر ثقة بنـسبة 5.3%، واهتمـام نـشرات الأخبـار التلفزيونية بتحليل الأخبار والتعليق عليها بنسبة 4.8%.
- تفوق التلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية من حيث درجة المصداقية علـى الـصحافة والراديو، كما أن ارتفاع نسبة الأمية في المجتمع المصري ساهمت في إرتفاع التعرض للتلفزيون أكثر من الصحف والراديو مما أدى أيضا إلى ارتفاع نسبة المصداقية للتلفزيون من خلال وجهة نظر عينة البحث.

- دراسة نوير (1998) وهي دراسة مسحية بعنوان: " مصداقية الإذاعة لدى الجمهور المصري: الإذاعة المصرية – العربية – الأجنبية الناطقة بالعربية دراسة مقارنة": وقد حاول الباحث في دراسته اكتشاف مدى المصداقية التي يوليها الجمهور المصري للإذاعة سواء كانت قوميـة أو عربية أو أجنبية، بأبعادها المختلفة والمقارنة بين هذه الإذاعات من حيث درجة مصداقيتها لدى الجمهور، وقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهجين الوصفي التحليلي والمقـارن، وطبـق الدراسة على عينة عشوائية طبقية بلغت 1000 شخص لإتاحة الفرصة لتمثيـل كـل طبقـات المجتمع على أن تشمل ذوي مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة، وقد اختار الباحث كلاً مـن مدينة القاهرة والجيزة والقليوبية لإختيار عينة البحث منها حسب نسبة السكان في كل مدينة. ومن بين النتائج المهمة التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- إرتفاع مصداقية الإذاعة المصرية مقارنة بالإذاعات العربية أو الأجنبية الناطقة بالعربية حينما تكون هناك أحداث هامة في مصر. فقد ذكر 77.3% من مستمعي الإذاعة أنهم يبادرون بالإستماع إلى الإذاعات المصرية، مقابل 21.3% فقط يبادرون بالاستماع إلى الإذاعات الأجنبية الناطقة بالعربية، و 1.3% يبادرون بالاستماع إلى الإذاعات العربية.
- أن 87.0 % من مستمعي الإذاعة يصدقون الأخبار التي يسمعونها من خلال الإذاعة المصرية، مقابل 12.6% من العينة لا يصدقونها، وأن 1.2% يصدقونها أحياناً.
- أن السبب الأول في تصديق الأخبار التي تبثها الإذاعة هي معايشة الأحداث، والإنتقال إلى موقعها، وتحقيق السبق الإعلامي.
- أن 59.0% من مستمعي الإذاعات العربية يصدقون ما تبثه من مواد إعلامية، فيما لم يصدقها 40.8% من عينة البحث، و30.0% ممن لا يصدقون الإذاعات العربية يعتقدون بأنها متحيزة كونها لا تنشر الحقيقة عمّا يحدث داخل دولها، فيما ذهب 7.5% من أفراد العينة بالقول بأن هذه الإذاعات ضد مصر وبالتالي تفقد مصداقيتها، وقد أشار 25.0% من أفراد العينة من أن هذه الإذاعات غير صادقة أو تفتقر للموضوعية أو لعدم الثقة فيها.

3- الدراسات الأجنبية:

هناك العديد من الدراسات الأجنبية التي تناولت موضوع مصداقية وسائل الإعلام حيث كان الباحثون الغربيون وخاصة الأمريكان من أوائل الدارسين لموضوع مصداقية الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى، ومن أهم الدراسات التي لها علاقة بموضوع الدراسة، هي:

- دراسة عندليب وآخرون (Andaleeb, et. al., 2009) بعنوان:" مصداقية الاخبار التلفزيونية في الدول النامية : حالة بنغلادش" : وهي دراسة مسحية لعينة قصدية ممن يملكون جهاز تلفزيون في منازلهم قوامها 300 مفردة وشملت جمهور العاصمة داكا، ولم تشمل الجمهور في المناطق الريفية. وأُجريت مع أفراد العينة مقابلات مباشرة إستهدفت رب الأسرة، وفي حال عدم وجوده في المنزل تم إجراء المقابلة مع أكبر شخص عمراً موجود في المنزل، وكان مستوى الاستجابة 76%.

واستخدم الباحثون في دراستهم المنهج المسحي بشقية الوصفي والتحليلي. وهدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات المواطنين من مصداقية الأخبار التلفزيونية في بنغلادش، و الكشف عن أفضل العوامل التي تفسر مصداقية الأخبار التلفزيونية للمشاهدين.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

- كان حكم الجمهور البنغالي على الاخبار التلفزيونية بأنها ذات مصداقية، على الرغم من ان محطات التلفزيون في بنغلادش عموما مملوكة من قبل مجموعات سياسية بارزة او رجال اعمال ، وغالبا ما تخضع للنفوذ السياسي والتجاري.
- كلما كانت القناة التلفزيونية تتمتع بدرجة عالية من الإستقلالية ، كلما كانت أخبارها أكثر مصداقية من وجهة نظر الجمهور.
- كلما كانت خبرة القنوات التلفزيونية في تقديم الأخبار كبيرة من وجهة نظر المشاهدين، كلما كانت أخبارها أكثر مصداقية.
- كلما زادت موضوعية القنوات التلفزيونية، كلما كانت أخبارها أكثر مصداقية للمشاهدين.
- إن نوعية الجمهور تلعب دورا في التقييم الموضوعي لمصداقية الأخبار، فتدني مستوى معرفة القراءة والكتابة، وعدم وجود بديل للخطاب، وسطحية التقارير الإخبارية، قد تضعف موضوعية التقييم لدى الجمهور، وتجعله يصدق كل ما يسمع.

- دراسة عبدالله وآخرون(Abdullah, et. al. , 2002) بعنوان" مصداقية الخبر في الصحافة والتلفزيون والصحافة الإلكترونية" : وهي دراسة مسحية أجريت في أمريكا على عينة عنقودية من الأمريكيين البالغين (18 سنة فأكثر) ، واستخدم الباحثون المنهج المسحي، واستهدفت هذه الدراسة رصد أوجه التشابه والإختلاف في إدراك الجمهور لمصداقية الخبر في وسائل الإعلام. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج ومنها:

- أن التلفزيون يعتبر الوسيلة الأساسية للأخبار تليه الصحافة ثم الإنترنت.
- أن وسائل الإعلام تختلفت بإختلاف الأخبار المفضلة لدى المشاهدين، فالمشاهد الذي يفضل الأخبار المحلية والقومية يستخدم الصحافة والتلفزيون، والمشاهد الذي يفضل الأخبار القومية والدولية يتعرض للإنترنت.

- دراسة ديوب (Dube, 1998) : وقد اهتمت هذه الدراسة برصد المتغيرات التي تؤثر في أحكام المبحوثين بشأن مصداقية وسائل الإعلام. وقد اعتمد الباحث على المنهج التجريبي القائم على القياس القبلي- البعدي لأربع مجموعات تجريبية بهدف قياس تأثيرات متغيري نوع الموقف الإتصالي وتخصص المصدر على تصديق أفراد العينة للرسالة الإعلامية. وقد أظهرت نتائج الدراسة أنه في حالة الموقف الإتصالي غير الإقناعي يركز المبحوثين إهتمامهم على كل من المصدر والرسالة، على حين يركز أفراد العينة إهتمامهم الأساسي في المواقف الإقناعية على المصدر ومؤهلاته وكفاءته العلمية والمهنية.

- دراسة ماجور و اتواد(Major and Atwood, 1997): وركزت هذه الدراسة علـــى قيـــاس **العلاقة الإرتباطية بين مضمون الرسالة الإعلامية، وتقييم الجمهور لمصداقية وسائل الإعلام عبر** الزمن. وقد قام الباحثان بإجراء دراسة ممتدة (قبلية/ بعدية) تم فيها مسح 629 شخـــصاً علـــى مرحلتين خلال عامي 1990-1991. وقد اشتمل المسح على قياس التغيرات التي تطرأ علـــى اتجاهات الجمهور نحو صدقية التنبؤات بالكوارث الطبيعية. وقد أظهرت النتائج وجـــود علاقـــة إيجابية بين أهمية الحدث أو القضية التي تطرحها وسائل الإعلام، وتقييم الجمهـــور لمـــصداقية المضمون الإخباري. ومن ناحية أخرى لم يطرأ تغيير في تقييم الجمهـــور لمـــصداقية الراديـــو والتلفزيون عبر الزمن.

- دراسة برادلي (Bradly, 1997) وهي بعلوان" تعزيز مصداقية مؤسسات وسائل الإعـــلام : تحليل تجريبي يشمل هيئات أخبار تلفزيونية محلية والشبكة العنكبوتية العالمية": وهي دراســـة مسحية أجريت على 169 مفردة من طلاب وخريجي جامعة تنيسي الأمريكية. واعتمد الباحـــث في دراسته على المنهج التجريبي من خلال التصميم القبلي- البعدي لمجموعتين تجريبيتين، وقد تم تصميم المعالجة التجريبية من خلال موقع إخباري على الإنترنت يحوي معلومات سياسية عن السباق المحلي لإنتخابات الكونغرس الأمريكي. و هدفت الدراسة إلى قياس الفـــروق فـــي إدراك أفراد العينة لمصداقية المعلومات الصادرة عن المصادر الإخبارية الرسمية(الحكومية)، في مقابل تلك الصادرة عن المصادر الإخبارية التي تنتمي إلى جماعات الضغط والمصالح، وتحديد ما إذا كان مصدر المعلومة له أي تأثير على مصداقيتها. بالإضافة إلى ذلك، فإن هذه الدراسة سعت إلى تحديد ما إذا كان توفر المعلومات باستفاضة من خلال الشبكة العنكبوتية العالمية من شـــأنه أن يعزز من صورة المحطة التلفزيونية أو مصداقيتها كمصدر للمعلومات. وأهم ما توصـــلت إليـــه الدراسة من نتائج التالي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إكتساب وتصديق المعلومات الصادرة عـــن المصادر الرسمية مقارنة بتلك الصادرة عن مصادر جماعات الضغط والمـــصالح- أي المصادر غير الرسمية.
- أن هناك الكثير مما يتعين تعلمه حول المصداقية، وعلى الأخص، عندما تتعلق بالشبكة العنكبوتية العالمية، ومعظم الذين خضعوا لهذه التجربة أعطوا تقييما مرتفعا جدا للشبكة العنكبوتية كمصدر للمعلومات السياسية يمكن الاعتماد عليها، فبعد إطلاعهم على موقـــع الشبكة التجريبي شعر الخاضعون للدراسة بأن المعلومات الموجودة على الموقع كانـــت أقل انحيازا وأكثر عمقًا من نشرات الأخبار التلفزيونية.
- لم تظهر أية اختلافات ذات أهمية من الناحية الإحصائية بين مصادر الـــشبكة المألوفـــة وغير المألوفة كي يتبين ما إذا كان المصدر يؤثر على الدقة المـــستوعبة للمعلومـــة أو

قيمتها، ومع ذلك أظهرت البيانات ارتفاعا بنقاط قليلة لصالح المصادر المألوفة، وربما يكتشف أن لبعض هذه الاختلافات أهمية إحصائية في حال كان حجم العينة أكبر.

– دراسة كولديب وآدمز(Kuldip And Adams, 1990) وكانت بعنوان" مصداقية الأخبار الآسيوية التي تبثها إذاعة صوت أمريكا وهيئة الإذاعة البريطانية " : وقد اهتمت هذه الدارسة برصد رد فعل المستمعين في آسيا تجاه الأخبار الآسيوية التي تبثها كل من إذاعة صوت أمريكا وهيئة الإذاعة البريطانية، وذلك بهدف تقييم وتحليل مصداقية الإذاعتين من خلال كفاءة مصدر المعلومات، والأمانة والتوازن في عرض مكونات الخبر ، ومدى إستخدام أسلوب الدعاية في مواضعها المناسبة، وتحديد العناصر الأساسية المكونة للأخبار، وقد إختار الباحثان شهر نوفمبر من عام 1988 م كمجال زمني للدراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :

- أن إذاعة صوت أمريكا تتفوق على الإذاعة البريطانية في دقة أخبارها وتنوع مصادرها وتغطيتها من كافة الجوانب.
- أن الإهتمام الأكبر من قبل المستمعين لإذاعة صوت أمريكا كان بحرب أفغانستان، فيما كان مستمعو هيئة الإذاعة البريطانية يهتمون بالسياسة الداخلية لباكستان، وقد رأى مجتمع الدراسة أن هيئة الإذاعة البريطانية تعمد إلى التهويل والمبالغة في إذاعة الخبر الصادق لأنها تلتزم بالأمانة والصدق في إذاعة الخبر ولكنها تملأ تفاصيله بالتهويل والمبالغة.

– دراسة جازيانو وماغرات " الدراسة ب" (Gaziano and McGrath, 1986) بعنوان " قياس مفهوم المصداقية ": وهي دراسة مسحية لعينة قوامها 875 شخصا تراوحت أعمارهم ما بين (18– 65) عاما في الولايات المتحدة الأمريكية، فضلا عن إجراء نقاش متعمق مع ست مجموعات مستهدفة. وقد إعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي وعلى الأسلوبين الكمي والكيفي ، واستهدفت الدراسة رصد العلاقات القائمة بين متغيري المصداقية ونوع الوسيلة الإخبارية. وحددت الدراسة 12 بُعداً للمصداقية منها: الإنصاف، عدم التحيز أو الحياد، التوازن، الثقة، الإكتمال، الوضوح، الواقعية، كفاءة الصحفي، فصل الرأي عن الوقائع، الدقة، واحترام الجمهور ومراعاة اهتماماته. وقد أبرزت النتائج ما يلي:

- إرتفاع مستوى مصداقية كل من الصحافة والتلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.
- إن ألأفراد العينة يثقون في كل من الصحف والتلفزيون، إلا انه في حالة المفاضلة بين الوسيلتين فإنهم يفضلون التلفزيون بوصفه الأصدق في إستقاء المعلومات القومية والدولية وفي ما يتعلق بتغطية الكوارث الطبيعية ،على حين تمثل الصحف المصدر الأصدق في حالة القضايا المعقدة أو الجدلية، فضلا عن الموضوعات ذات الطابع المحلي.
- إن أفراد العينة يؤيدون حرية الصحافة عندما تقوم بمراقبة الحكومة وفي المقابل لا يدعمون هذا التوجه إذا كان الأمر يتعلق بالتعرض لحقوق الناس العاديين.
- إن دعم افراد العينة لحرية الصحافة ليس له علاقة بالمصداقية.

ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، وهي التي غالباً لا تخرج عن المنهج المسحي، وجد الباحث أن تلك الدراسات تتفق مع الدراسة الحالية في المنهجية وطريقة اختيار العينة. وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في وضع تساؤلات الدراسة واختيار الأبعاد والقيم التي تتكون منها المصداقية، و في تصميم الاستبانة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة.

وبخلاف الكثير من الدراسات السابقة التي تناولت مصداقية وسائل الإعلام على إطلاقها، تقليدية وحديثة، ولجميع البرامج التلفزيونية، ركزت الدراسة الحالية على البرامج الإخبارية التلفزيونية فقط. كما أنها الدراسة الأولى في الأردن التي تناولت دراسة مصداقية الأخبار في القنوات الفضائية الحكومية والخاصة. إضافة إلى ما سبق، فقد تناولت هذه الدراسة علاقة الإعلام بالسلطة ومدى توفر المناخ الملائم لحرية الرأي والتعبير كأحد العوامل الهامة والرئيسة لنمو وسائل الإعلام وتطورها وتقدمها، وذلك من خلال عقد مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية(الرسمية) والقنوات الخاصة في الأردن.

الفصل الرابع

منهجية الدراسة

يتضمن هذا الفصل الموضوعات التالية: منهج الدراسة، تعريف المصطلحات، حدود الدراسة، عينة الدراسة، اداة الدراسة، اختبارا الصدق والثبات، واسلوب التحليل الاحصائي.

منهج الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الإستطلاعية الوصفية، ولذا اعتمد الباحث المنهج المسحي (بشقيه الوصفي و التحليلي) كونه يقوم على دراسة الظواهر كما هي في الواقع والتعبير عنها بشكل كيفي وكمي، و يهتم أيضا بتحديد الظروف والعلاقات التى توجد بين الوقائع وتحديد الممارسات الشائعة والسائدة، والتعرف إلى المعتقدات والإتجاهات عند الأفراد والجماعات وطرائقها فى النمو والتطور، كما يشمل محاولات للتنبؤ بوقائع المستقبل. ولذلك فهو المنهج الأنسب لوصف وتحليل البيانات الإحصائية، والتعرف على العلاقة الإرتباطية بين متغيرات الدراسة.

واعتمد الباحث أيضا على المنهج المقارن لتحديد أوجه الشبه والإختلاف، واستنباط المقارنة بين فئات العينة المختلفة من جهة وبين القنوات الحكومية والقنوات الخاصة من جهة أخرى . ولمعالجة البيانات والإختبارات الإحصائية، تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for Social Sciences ، والتي يرمز لها اختصارا بالرمز(SPSS).

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع العينة من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين العاملين في المؤسسات الصحفية ووكالة الأنباء الأردنية ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون ومراسلو الصحف الخارجية والبالغ عددهم 970 عضوا (نقابة الصحفيين الأردنيين: http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx).

وبتاريخ 2012/6/19 تم مراجعة نقابة الصحفيين للحصول على نسخة مرقمة بأسماء أعضاء الهيئة العامة مزودة بأرقام هواتفهم، وبلغ عددهم بموجب قائمة السجل 970 عضواً. وقد تم سحب عينة عشوائية بنسبة 20% أو ما عدده 194 اسماً من بين أسماء القائمة وفقا للآلية التالية: تم تقسيم العدد الإجمالي لأعضاء النقابة وهو 970 على عدد أفراد العينة المسحوبة وهو 194 وكان الناتج 5، و هذا الناتج هو المسافة بين كل فرد مختار وأخر في قائمة الأسماء ، وبهذا يكون الفرق بين هذا الناتج والرقم 1 في القائمة هو 4 ويضاف العدد 4 إلى كل رقم

نختاره من القائمة، وأول رقم تم اختياره عشوائيا من القائمة هو الرقم الفردي 3، ومن ثم يكون الرقم الذي يليه هو الرقم 7، والذي يليه هو 11 وهكذا، وبهذه الطريقة تم الحصول عشوائيا على 194 عضوا من القائمة.

أداة جمع البيانات:

و لأغراض هذه الدراسة المسحية قام الباحث بإعداد استبانه كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وتضمنت ستة أجزاء وهي:

1- الجزء الأول: ضم بيانات تتعلق بخصائص افراد العينة، و تتضمن: العمر، النوع الاجتماعي، الحالة الاجتماعية، عدد افراد الأسرة المعالة، معدل الدخل الشهري، مدة العضوية في النقابة، المستوى التعليمي، التخصص الدقيق للدراسة، و مجال العمل الحالي.

2- الجزء الثاني : احتوى اسئلة لقياس مدى متابعة واهتمام افراد العينة بنشرات الأخبار والقنوات المفضلة لديهم في متابعة الأخبار، ومدى اعتمادهم على هذه القنوات في الحصول على الأخبار.

3- الجزء الثالث: تضمن فقرات لقياس دوافع المشاهدة للقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة لدى أفراد العينة.

4- الجزء الرابع : تضمن فقرات لقياس آراء أفراد العينة حول عناصر ومكونات المصداقية في الأخبار التلفزيونية.

5- الجزء الخامس: تضمن فقرات لقياس آراء افراد العينة حول مدى مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والقنوات الخاصة.

6- الجزء السادس: تضمن فقرات لقياس آراء افراد العينة في العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين موضوع الخبر الذي تبثه القناة.

إختبارا الصدق والثبات:

يُعد الإختبار صادقا إذا كان يقيس ما أُعد لقياسه فقط، ويكون الإختبار ثابتا إذا كان يؤدي إلى نفس النتائج في حالة تكراره، خاصة إذا كانت الظروف المحيطة بالإختبار والمختبر متماثلة في الإختبارين.

وللتأكد من صدق أداة القياس تم عرض الاستبيان بعد تصميمه وموافقة المشرف عليه على ثلاثة أساتذة في كلية الإعلام بجامعة اليرموك بهدف تحكيمه(*)، وطلب منهم إبداء الرأي في مدى صحة عبارات الاستبانة وملاءمتها لما وضعت من أجله، كما طلب منهم وضع أي ملاحظات يرونها مناسبة، وقد أخذ الباحث بمعظم الملحوظات التي اقترحها الأساتذة المحكمين.

(*): المحكمون: الدكتور حاتم علاونة، الدكتور علي النجادات، والدكتور عادل صادق.

وللتأكد من ثبات الأداة تم القيام باختبار(Test–Retest)، وذلك بتوزيع 20 استبانة على أعضاء من نقابة الصحفيين الأردنيين كعينة استطلاعية أولية (test–retest) للتأكد من وضوح فقرات الاستبانة بالنسبة لأفراد العينة، وتم فحص الإتساق الداخلي لفقرات الاستبانة بحساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach alpha) وقد بلغت قيمته 0,89 وهذه قيمة عالية ومقبولة لأغراض البحث العلمي. وبعد ذلك تم توزيع 194 استبانة على افراد العينة ، وبعد جمعها تبين وجود 14 منها أو مانسبته 7.2% غير مكتملة فتم استثناؤها، وبالتالي أصبح عدد الإستبانات الصحيحة والمستخدمة 180 إستبانة.

أساليب التحليل الإحصائي:

ولغايات التحليل الإحصائي، تم استخدام الأساليب الإحصائية التي تتناسب وطبيعة هذه الدراسة من خلال برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية والمعروف ببرنامج (SPSS)، وذلك على النحو التالي:

1- التكرارات(Frequency)، النسب المئوية (percentage)، والمتوسط الحسابي(arithmetic mean)، والإنحرافات المعيارية (Standard deviations)، وذلك بهدف التعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة وتحديد استجابات افرادها إزاء العبارات الواردة في الاستبانة.

2- اختبار تحليل التباين الأحادي(One–Way ANOVA)، و اختبار مقارنة متوسط الإتجاهات (Independent Sample T–Test)، واعتماد مستوى الدلالة 0,05 الذي يقابله مستوى ثقة 95%، وذلك بهدف التعرف على وجود فروقات ذات دلالة احصائية بين متوسطات المجموعات المختلفة لمتغيرات الدراسة.

3- اختبار LSD وذلك لتحديد مصادر الفروق البعدية بين تقديرات افراد العينة والتي تعزى للخصائص الديمغرافية إن وجدت.

ولتقييم فقرات الاستبانة تم استخدام المقياس التالي:

تم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، حيث أعطيت الإجابات اوزانا كالتالي: (أوافق بشدة /أو كبيرة جدا) الرقم 1، والإجابة (أوافق/ أو كبيرة) الرقم 2، والإجابة (لا رأي/ أو متوسطة) الرقم 3، والإجابة (لا أوافق/ أو قليلة) الرقم 4، والإجابة (لا أوافق بشدة/ أو قليلة جدا) الرقم 5، ويتضمن هذا المقياس 4 مسافات. واعتمدت 3 فئات للتقييم وهي: مرتفع، متوسط، ومتدنٍ. وبتقسيم عدد المسافات على عدد الفئات (4÷3=1,33) يكون الناتج 1,33 ، وبإضافة هذا الرقم الى الرقم 1 وهو قيمة الإجابة الأولى على المقياس الخماسي (أوافق بشدة /أو كبيرة جدا) فيصبح

طول فئات التقييم كما يلي: مرتفع (من 1 الى أقل من 2,33)، متوسط (من 2,33 ألى أقل من 3,66)، متدنٍ (من 3,66 ألى أقل من 5)، وبالتالي فإن تقييم فقرات الإستبانة يكون كالتالي:

- الفقرات ذات المتوسط الحسابي من 1 الى أقل من 2,33، يكون تقييمها مرتفع.
- الفقرات ذات المتوسط الحسابي من 2,33 الى أقل من 3,66، يكون تقييمها متوسط.
- الفقرات ذات المتوسط الحسابي من 3,66 الى 5، يكون تقييمها متدنٍ.

حدود الدراسة:

وتتمثل بحدود زمنية وحدود مكانية:

- حدود زمنية: تم تنفيذ هذه الدراسة في الفترة ما بين الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 2012/2011 والفصل الأول 2013/2012.
- حدود مكانية: اقتصر الباحث عينته على أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين.

محددات الدراسة:

وتتمثل في ان الدراسة اشتملت على الصحفيين اعضاء النقابة ولم تشتمل على مجتمع اوسع يشمل المتلقين من المثقفين أو اعضاء نقابات مهنية اخرى أو عامة الشعب وغيرهم.

تعريف المصطلحات الاجرائية:

تتمثل مصطلحات الدراسة التي تستدعي التعريف بالتالي:

المصداقية: تعرف المصداقية بأنها: " درجة قابلية سلوك طرف معين لأن يصدقه الطرف الآخر، وفي المجال الإعلامي فإن تعريف المصداقية يتجه صوب الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقويم مدى مصداقية المادة الاعلامية"(مصطفى، 2003 : 13-12). وتعرف المصداقية أيضا بأنها:

" نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والإتجاهات المطروحة بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، بحيث تتسق مع آراء الأخرين التي تطرحها الصحيفة أو الكاتب في وقت آخر، أو في موضع آخر، وذلك في إطار من التعمق والشمول، يراعي علاقة الخاص بالعام وربط الجزء بالكل شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية أولويات الإهتمام عند الجمهور"(عبداللاه، 2006: 26-29).

ويتضح من التعريفين أعلاه أن معنى المصداقية يتضمن العديد من الأبعاد ذات الصلة بالقائم بالإتصال والوسيلة ذاتها والرسالة الإعلامية ومصدرها، فضلا عن خصائص الجمهور ومناخ الرأي السائد في المجتمع المعين نحو القضايا البارزة خلال فترة زمنية معينة.

واجرائيا، ولأغراض هذه الدراسة، تم تعريف المصداقية بأنها المعالجة المهنية لتقديم المادة الخبرية بموجب الأبعاد(أو المعايير والمؤشرات) التي يمكن من خلالها تقييم مدى مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأردنية، الحكومية منها والخاصة، وتتضمن التالي: الحرية (عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير، وإبداء الرأي، وتقديم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية)، الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر، تحظى بثقة المشاهد)، الموضوعية (التجرد والنزاهة والحياد والتوازن في نشر الخبر)، الشمول(تقديم جميع عناصر الخبر والتفاصيل الكافية عن الحدث)، الاستقلالية(عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)، الدقة (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات، تقديم الأخبار بدقة)، الحياد (تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)، القرب من الحدث (تقديم الأخبار القريبة والمهمة للمواطن)، الإنصاف في تقديم الخبر (تقديم الأخبار بطريقة منصفة)، الخبرة (المعرفة الواسعة في مجال الإعلام)، الأمانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)، وضوح الخبر(الوضوح في اللغة والأفكار واساليب تقديم الخبر، وتقديم الشواهد والأدلة والأمثلة)، المسؤولية الاجتماعية(تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور)، والكفاءة (إذاعة الأخبار بمهنية عالية).

الثقة :هي عملية تخص العلاقة بين الصحافيين والجمهور، أو عقد اتفاق بين المنتجين للأخبار والمستهلكين. وتشير الثقة إلى وجود إعتقاد إيجابي نحو مدى الموثوقية في الإعتمادية والثقة التي ينظر إليها في شخص أو كائن أو عملية (Andaleeb,et.al., 2009: 79).

واجرائيا، تم تعريف الثقة بأنها: الموثوقية في مصدر الخبر، وتصديق الخبر وامكانية الإعتماد عليه.

الإستقلالية: تعرف استقلالية أخبار التلفزيون بأنها " حرية قناة التلفزيون من نفوذ الحكومة وأصحاب المصالح المختلفة" . وتشير الإستقلالية إلى أن تكون القناة خالية من التحيز السياسي، ونفوذ المالكين، ومصلحة مساهميها ، وأن لا يكون لمراسيليها أي دوافع سياسية(Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وإجرائيا، تم تعريف الاستقلالية بأنها: عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة.

المسؤولية الإجتماعية: وتعرف بأنها "دور القنوات التلفزيونية الذي ينظر اليه في رفع مستوى الوعي والضمير لدى المشاهدين". ويشير إلى الدور الهام الذي قد تلعبه القناة التلفزيونية في حل

المشاكل السياسية والإجتماعية والإقتصادية، وبناء الوعي بالقضايا البارزة في المجتمع، وتتبنى حملات دعائية من أجل القضايا المجتمعية الصحيحة (Andaleeb,et.al., 2009: 79).

وإجرائيا، تم تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها: تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور، أو تقديم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور.

الموضوعية في تغطية الأخبار: وهي من أهم شروط التغطية الإخبارية الجيدة وأحدى أهم القيم المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية. وقد استخدمت مفردة الموضوعية كثيرا في تعريف معنى الإعلام ومعنى الخبر وعدّها البعض في المرتبة الثانية على قائمة أهم قضايا الإعلام في العالم بعد حرية الصحافة، وتعرف بأنها: "التجرد والنزاهة والتوازن والأهتمام بمصالح الجمهور" (ديفلير و روكيتش، 1993: 415). وتعرف ايضا "بأنها الحكم المبني على أساس الظاهرة التي يمكن ملاحظتها دون الوقوع تحت تأثير العواطف أو التحيزات الشخصية"(Andaleeb, et.al., 2009: 79).

واجرائيا، تم تعريف الموضوعية بأنها: عرض الأخبار للحقائق، وتوفير معلومات دقيقة وعميقة ومن مصادر موثوقة ودون تحيزات شخصية أو انفعالية.

الشمول: و يعني أن تعمل وسائل الإعلام على تقديم جميع عناصر الخبر، وتقديم التفاصيل الكافية عن الحدث، و تقديم الحقيقة كاملة غير مجزأة (مصطفى، 2003 : 56).

واجرائيا، تم تعريف الشمول بأنه: تقديم جميع عناصر الخبر والتفاصيل الكافية عن الحدث.

الخبرة: وتعرف بأنها" المهارة أو المعرفة في مجال معين"، وبالنسبة لحقل الأخبار التلفزيونية، فهي تشير إلى : " المهارة في إعداد التقارير، توفير معلومات فورية، وتحديث منتظم للمعلومات وفقا لتطور الحدث"(Andaleeb, et.al., 2009: 79).

وتعرف الخبرة إجرائيا بأنها: المعرفة الواسعة في مجال الإعلام، وتقديم الأخبار بخبرة مناسبة.

الحيادية: و تعني أن " نشر المواد الإعلامية وخاصة الأخبار يتم دون تدخل من مصدر هذه الرسالة الإعلامية والذي قد يكون قناة تلفزيونية، إذاعية، صحيفة، تقرير إعلامي، برنامج حواري...إلخ، وألا يشعر المشاهد أو المستمع أو القارىء بوجود المحرر في الخبر أو الكشف

عن اتجاهاته ومواقفه ويسري ذلك على اللغة المستخدمة وأسلوب القراءة أو التعليق على الصورة أو المادة الفلمية المرافقة للخبر " (القحص، 2007: 12).

وتعرف الحيادية إجرائيا بأنها: تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل.

الرأي: هو "حكم أو وجهة نظر الإنسان الفرد أو الجماعة كمنتج عقلي مبني على التجربة والملاحظة والخبرة والموروث الثقافي للفرد أو الجماعة، وتتم عملية التعبير عنه بشكل ظاهر علني او مستتر وبطرق مختلفة ووسائل متعددة، في الكلمة أو الحركة أو الصورة أو النظرة المعبرة أو الإشارة وحتى بالصمت والسكوت" (الجبور، 2010: 6).

واجرائيا تم تعريف الرأي بأنه: حكم الصحفي حول القضايا التي تم سؤاله عنها.

الإتجاه: يعرف أحد الباحثين الإتجاه بأنه: " إستعداد مكتسب يتكون لدى الفرد نتيجةً لعوامل مختلفة تؤثر في حياته، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجابا نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر حسب قيمتها الخلقية والاجتماعية "(همشري، 1990: 70). وعرفه باحث آخر بأنه: " حالة من التهيؤ العقلي والعصبي التي تنظمها الخبرة السابقة والتي توجه استجابات الفرد للمواقف أو المثيرات المختلفة، ويعتقد أن هذا التهيؤ ربما يكون مؤقتا ينجم عن التفاعل الآني بين الفرد والبيئة" (Smith, 1973: 57). و يعرف الإتجاه أيضا بأنه: " نزعة الإنسان للاستجابة إلى حدث معين، أو فكرة معينة، بطريقة محددة سلفاً (قد تكون ايجابية مؤيدة، أو سلبية معارضة، أو محايدة. وتتكون الإتجاهات نتيجة للخبرات المختلفة (ومن بينها خبرات التعلم والمعرفة) التي يكتسبها المرء طيلة حياته"(الموسى، 2012: 154).

واجرائيا، تم تعريف الاتجاه في هذه الدراسة على أنه: الآراء والمواقف التي تشكلت لدى افراد العينة نحو ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية نتيجة خبراتهم العملية والمعرفية، ونتيجة المؤثرات الخارجية مثل القيم السائدة في المجتمع، وبتأثير خصائصهم الشخصية: كمستواهم التعليمي، ووضعهم الاجتماعي، بصورة مؤيدة أو معارضة أو محايدة ....إلخ .

التأثير: هو " ما يحدث من تغيرات على مستقبل الرسالة (المتلقي) وتعلمه شيئا من محتوى هذه الرسالة أو تبنيه اتجاها مؤيدا لمحتوى هذه الرسالة أو تخليه عن أفكار قد تبناها قبل ذلك" (Nafziger & White, 1983: 223-225 ، ذكر في: مزيد، 2008: 103). " وينتج التغيير عن استقبال الإنسان لبعض المعلومات التي تؤثر على مخزونه المعرفي وتدفعه بالتالي للقيام

بعمل (سلوك أو تصرف) مغاير للعمل الذي اعتاد أن يقوم به في السابق"(الموسى، 2012: 153).

واجرائيا، تم تعريف التأثير في هذه الدراسة على أنه: التغير الذي يحدث لدى افراد عينة الدراسة إثر عملية الاتصال.

الأبعاد: هي جمع "بعد "، وتعني العناصر أو المكونات. وبالنسبة إلى أبعاد المصداقية، فتعني العناصر أو المكونات أو العوامل التي تؤثر في مصداقية وسائل الإعلام، ومنها على سبيل المثال: استقلالية وسائل الإعلام، الموضوعية، خبرة المصدر، الدور الإجتماعي لوسائل الإعلام....الخ(Lee, 1975:282-83). كما و تعرف بأنها: مجموع المكونات أو المتغيرات الفرعية المكونة لمتغير المصداقية والمرتبطة بالعوامل المؤثرة بالمصداقية، مثل: مصدر المعلومات، الجمهور وخصائصه، توفر المناخ لحرية الرأي والتعبير، استقلالية وسائل الإعلام، المسؤولية الإجتماعية لوسائل الإعلام.....الخ (علي، 2006: 129؛ مصطفى، 2003: 3).

واجرائيا، تم اعتماد مصطلح "البعد" في هذه الدراسة ليعني عناصر أو مكونات أو عوامل المصداقية.

المدى: هو المجال الذي يحدث فيه نشاط معين، ويُعرف المدى احصائيا بأنه: أحد طرق قياس التشتت، وهو الفرق بين أكبر رقم وأصغر رقم في القيم الموزعة (الكلالده وجوده، 1999: 266).

واجرائيا، ولأغراض هذه الدراسة، تم تعريف المدى بأنه: مستوى أو درجة تواجد ظاهره معينة، فمدى مصداقية الإعلام، مثلا، يكون اذاً مستوى أو درجة مصداقيتها.

الأخبار التلفزيونية : وهي جمع "خبر" و ترد في النشرة الإخبارية التلفزيونية، ويعرف الخبر بأنه : " تقرير يصف في دقة وموضوعية حادثة أو واقعة أو فكرة صحيحة تمس مصالح أكبر عدد من القراء (أو المتعرضين للرسالة) وهي تثير إهتمامهم بقدر ما تسهم في تنمية المجتمع وترقيته" (أبو زيد، 1998: 21). و يعرفه سبنسر (spencer) بأنه :" عبارة عن حدث أو فكرة أو رأي يقع في مكان معين ويهم أو يؤثر في أكبر عدد من قطاعات المجتمع على أن يوضع بطريقة مفهومة لهم" (1998 : 68).

ويتفاوت معنى الخبر من باحث الى آخر ومن مدرسة في الإعلام إلى أخرى وفقاً للوسيلة الإعلامية التي ينشر فيها، فما يعتبر خبراً في وسيلة إعلامية قد لا يكون كذلك في وسيلة أخرى، وقد يختلف الخبر طبقًا للثقافة السائدة في أي مجتمع. والأخبار التلفزيونية كما يعرفها الموسى تعني:"المعلومات التي تنشرها وسائل الاعلام عن الأحداث المختلفة وتذيعها على الجمهور" (2012: 131).

واجرائيا، ولأغراض هذه الدراسة، تم تعريف الأخبار التلفزيونية بأنها: المعلومات التي تنشرها القنوات الفضائية الأردنية عن الأحداث والموضوعات السياسية، الاقتصادية، العسكرية، الأمنية، الثقافية، الاجتماعية، الرياضية، العلمية، الفنية، والدينية.

القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة:

1- القنوات الحكومية: وهي التي تحمل الصفة الرسمية وتمثل الدول التي تبث منها. وفي الأردن تتضمن القنوات الحكومية التالي: القناة الأولى للتلفزيون الأردني، والفضائية الأردنية، وقد اعتمد الباحث هاتين المحطتين لأغراض الدراسة.

2- القنوات الخاصة: وهي التي تعود ملكيتها للقطاع الخاص، وهي المحطات الفضائية المسجلة لدى هيئة الإعلام المرئي والمسموع، والممنوحة رخصاً للبث ويقرب عددها حوالي العشرين محطة، ومن بينها هذه القنوات والتي اعتمدها الباحث لأغراض هذه الدراسة هي: رؤيا، نورمينا، جوسات، الحقيقة، سما الأردن، A1 Jordan، Seven Stars(دليل القنوات العربية الفضائية، http://www.tv-arab.net/PHP/Index.php5?p=sender&m=all).

الصحفيون الأردنيون: وهم الأعضاء المنتسبين لنقابة الصحفيين الأردنيين الممارسين المتفرغين للعمل الصحفي المحترفين له. ونقابة الصحفيين الأردنيين تجمع وتؤطر جميع الصحفيين العاملين في المؤسسات الصحفية ووكالات الأنباء المعتمدة ومؤسسة الإذاعة والتلفزيون ومراسلي الصحف الخارجية . ويبلغ عدد أعضاء النقابة الحالي بتاريخ إعداد هذه الدراسة (970) عضواً من الصحفيين الممارسين المتفرغين للعمل الصحفي المحترفين له (نقابة الصحفيين الأردنيين: http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx).

الفصل الخامس

نتائج الدراسة ومناقشتها

يتناول هذا الفصل موضوعين رئيسين: الأول يتضمن نتائج الدراسة، وتم تبويبها في ستة محاور أساسية تجيب عن اسئلة الدراسة، ويتمثل الموضوع الآخر في الخاتمة.

محاور الدراسة: وتتضمن التالي:

1. المحور الأول: الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة، والمتضمنة:العمر، النوع الاجتماعي، الحالة الاجتماعية، عدد افراد الأسرة المعالين، معدل الدخل الشهري، مدة العضوية في النقابة، مستوى التعليم، تخصص الدراسة الدقيق، مجال العمل الحالي.
2. المحور الثاني: تعرض افراد العينة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة، ويتضمن: مدة مشاهدة الأخبار، مدى الإهتمام بمتابعة نشرات الأخبار، عدد نشرات الأخبار التلفزيونية المشاهدة في اليوم الإعتيادي ، ودرجة متابعة نشرات الأخبار من خلال القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية والخاصة.
3. المحور الثالث: دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفزيونية الأردنية.
4. المحور الرابع: عناصر المصداقية.
5. المحور الخامس: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة.
6. المحور السادس: العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية و موضوع الخبر.

المحور الأول: الخصائص الديموغرافية:

جدول رقم (1)
الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة

الخصائص الديموغرافية	الفئات	التكرار	النسبة المئوية
1- العمر	30 سنة فما دون	46	% 25.6
	31-40	68	% 37.8
	41 – 50	45	% 25.0
	51- 60	13	% 7.2
	61 فاكثر	8	% 4.4
	المجموع	180	% 100
2- النوع الاجتماعي	انثى	39	% 21.7
	ذكر	141	% 78.3
	المجموع	180	% 100
3- الحالة الاجتماعية	أعزب	41	% 22.8
	متزوج	139	% 77.2
	مطلق	-	-
	ارمل	-	-
	المجموع	180	% 100

4- عدد افراد الاسرة المعالة	إثنان فاقل	41	% 22.8
	ثلاثة	23	% 12.8
	اربعة	36	% 20.0
	خمسة	38	% 21.1
	ستة افراد فاكثر	42	% 23.3
	المجموع	180	% 100
5- معدل الدخل الشهري	300 دينار فما دون	-	-
	301 - 500	45	% 25.0
	501-750	53	% 29.4
	751-1000	45	% 25.0
	1001-2000	33	% 18.3
	اكثر من 2000 دينار	4	% 2.2
	المجموع	180	% 100
6- مدة العضوية في النقابة	1-5 سنوات	81	% 45.0
	6-10 سنوات	51	% 28.3
	11-15 سنة	25	% 13.9
	16 سنة فاكثر	23	% 12.8
	المجموع	180	% 100
7- المستوى التعليمي	ثانوي فمادون	6	% 3.3
	كلية متوسطة	11	% 6.1
	بكالوريوس	107	% 59.4
	دبلوم عالي	9	% 5.0
	ماجستير	30	% 16.7
	دكتوراه	17	% 9.4
	المجموع	180	% 100
8- تخصص الدراسة الدقيق	صحافة	81	% 45.0
	إذاعة وتلفزيون	16	% 8.9
	علاقات عامة	17	% 9.4
	أخرى،	66	% 36.7
	المجوع	180	% 100
9- مجال العمل الحالي	الصحافة	129	% 71.7
	الإذاعة	25	% 13.9
	التلفزيون	16	% 8.9
	العلاقات العامة	3	% 1.7
	أخرى	7	% 3.9
	المجموع	180	% 100

توضح البيانات الاحصائية الواردة في الجدول رقم (1) توزيع افراد العينة بحسب خصائصهم الديمغرافية التالية:

1- العمر:

تفيد البيانات الاحصائية أن نسبة افراد الفئة العمرية الأولى (30 سنة فما دون) قد شكلت 25.6% ، و نسبة افراد الفئة الثانية (31-40 سنة) بلغت 37.8%، و مجموع نسب الفئتين الأولى والثانية أو الذين تبلغ اعمارهم 40 عاماً فما دون قد شكل حوالي ثلثي(63.4%) افراد العينة. وتناقصت نسب افراد الفئات العمرية الأخرى مع تزايد أعمار افرادها، حيث شكلوا افراد الفئة الثالثة (41-50 سنة) ربع (25.0%) العينة. وأما الفئتان الرابعة (51-60 سنة) والخامسة (61 سنة فما فوق) فلم يشكل مجموع افرادها سوى تسع(11.6%) العينة تقريباً. ويتبين أن مجموع الفئات الثلاث الأولى أو الذين تبلغ أعمارهم خمسين عاماً فما

دون قد شكل (88.4%) من إجمالي افراد العينة، وهذه النسب بمجملها تفيد بأن المجتمع الصحفي في الأردن هو مجتمع شاب بمعظمه.

2- النوع الاجتماعي :

وتشير البيانات إلى أن نسبة الذكور شكلت حوالي اربعة اخماس (78.3%) افراد العينة تقريبا مقابل حوالي الخمس(21.7%) من الإناث، وقد جاءت هذه النسب منسجمة مع واقع حجم عضوية الإناث في نقابة الصحفيين الأردنيين، حيث بلغ عدد اعضاء النقابة من الإناث 184 من أصل 970 أو ما نسبته (19.0%).

3- الحالة الاجتماعية:

وتبين البيانات عدم وجود أي من المطلقين أو الأرامل بين افراد عينة الدراسة، وأن افراد العينة كانوا إما عزاباً أو متزوجين. وقد شكلت فئة العزاب حوالي ربع (22.8%) افراد العينة، بينما بلغت فئة المتزوجين أكثر من ثلاثة ارباع (77.2%) العينة.

4- عدد أفراد الأسره المعاله:

وتوضح البيانات أن الفئة الخامسة (ستة افراد فأكثر) كانت الاكبر بين جميع الفئات الأخرى وشكلت حوالي ربع (23.3%) افراد العينة، أي بمعنى أن حوالي ربع من افراد العينة يعيلون اسراً يتكون مجموع افرادها من 6 افراد فأكثر، وأن حوالي الثلثين (64.4%) من أفراد العينة يعيلون اسراً تتكون من 4 افراد فأكثر وهذا يعني أن عليهم مسؤوليات كبيرة. وتعكس هذه النسب إلى حدٍ كبير واقع المجتمع الأردني من حيث معدل حجم الأسرة والذي يتروا ح ما بين (5-6) أشخاص.

5- معدل الدخل الشهري بالدينار الأردني:

ويتضح من بيانات الجدول أيضا أن أي من أفراد العينة لم يكن من فئة الدخل الأولى (300 دينار فأقل)، وأن ربع (25.0%) افراد العينة تتراوح دخول اسرهم ما بين (301-500 دينارا) شهريا، و الذين يتراوح دخل اسرهم الشهري ما بين(501-750 دينارا) بلغت نسبتهم(29.4%)، ويشكل مجموع افراد هاتين الشريحتين اكثر من نصف (54.4%) افراد العينة. و ربع (25.0%) أفراد العينة تراوحت دخول اسرهم الشهرية ما بين (751-1000 دينارا)، بينما لم تشكل نسبة افراد العينة الذين تراوحت دخول اسرهم الشهرية ما بين (1001-2000 دينارا) سوى حوالي السدس(18.3%).

وحيث أن مستوى خط الفقر للأسرة المعيارية (5,4 فرد) في الأردن تجاوز بقليل 400 دينارا شهريا لعام 2012(http://www.alanbat.net/post-15248.htm)، فهذا يعني أن كل اسرة من أفراد عينة الدراسة يزيد عدد افرادها عن خمسة ودخلها الشهري 400 دينار هي دون خط الفقر. وبما أن حوالي ثلثي (64.4%) افراد العينة يعيلون اسراً تتكون من 4 افراد فأكثر ومنهم حوالي الربع (23.3%) يعيلون اسرا تتكون من 6 افراد فاكثر، و ربع افراد العينة لا تتجاوز دخولهم 500 دينارا شهريا، واكثر من نصف افرادها بقليل (54.4%) لا تتجاوز دخول اسرهم الشهرية 750 دينارا، فهذا يؤشر بوضوح إلى صعوبة الأوضاع المالية لأفراد العينة وإلى محدودية وتواضع مداخيلهم، وهذا يمثل واقع المواطن الأردني بشكلٍ عام. ولا عجب إذاً بتصريح رئيس الوزراء عبدالله النسور حين أكد على أن حوالي 70% من الأسر الأردنية والتي يقل دخلها عن 800 دينار شهريا سيطالها الدعم النقدي الحكومي (anbamoscow.com/ aworld_ economy/20121113/377962978.html).

6- مدة العضوية في النقابه:

كما توضح البيانات أن اقل من نصف افراد العينة(45.0%) تراوحت مدة عضويتهم في النقابة ما بين (1-5) سنوات. واكثر من ربع العينة (28.3%) تراوحت مدة عضويتهم ما بين(6-10 سنوات). وهذا يشير إلى أن حوالي ثلاثة ارباع افراد العينة (73.3%) لا تتجاوز مدة عضويتهم في النقابة عشر سنوات. وأما الذين تزيد مدة عضويتهم في النقابة عن (10 سنوات) فشكلوا(26.7%) من أفراد العينة وحوالي نصفهم (12.8%) تزيد مدة عضويتهم عن (15) سنة. وقد يعود تدني مدة العضوية في النقابة لأسباب تتعلق بقانون نقابة الصحفيين السابق الذي كان يحظر على خريجي حقل الصحافة والأعلام بالإنتساب إلى النقابة قبل أن يكون قد تدرب "بالممارسة الفعلية في أي مؤسسة صحفية أو مؤسسة اعلامية رسمية"، أو " في أي معهد متخصص بالصحافة أو الإعلام داخل المملكة أو خارجها معترف به من الجهات الرسمية"، وهذه الشروط قد تكون معيقة نظرا لعدم توفر فرص التدريب الكافية لأعداد الخريجين الكبيرة في مثل هذه المؤسسات (قانون نقابة الصحفيين رقم 15 لسنة 1998، موقع نقابة الصحفيين الأردنيين: http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx).

7- المستوى التعليمي:

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي يتبين أن فئة الجامعيين(البكالوريوس) شكلت (59.4%)، بينما شكلت فئة (كلية المجتمع) (6.1%). وشكل مجموع فئات الدراسات العليا (الدبلوم العالي والماجستير والكتوراه) حوالي ثلث (31.1%) افراد العينة. ومن اللافت للنظر أن (3.3%) من افراد العينة كان مستواهم التعليمي (الثانوية العامة فما دون)، و قد يكون السبب عائد لعدم وجود قانون يمنع الأفراد الذين لا يحملون شهادة جامعية بمزاولة مهنة الصحافة

والإعلام، وقد يكون كذلك بسبب النقص في خريجي الصحافة والإعلام في اوقـات ماضـية خاصة إذا ما عرفنا أن افراد هذه الفئة هم من كبار السن الذين تتجاوز اعمـارهم 41 سـنة. وبالمجمل تُعكس هذه النسب واقع المجتمع الأردني وتشير إلى أن المجتمع الأردني مجتمـع متعلم عموماً.

8- تخصص دراستك الدقيق:

وتوضح البيانات أن(45.0%) من افراد عينة الدراسة يحملون شهادات جامعية متخصصة في الصحافة، و(8.9%) يحملون شهادات جامعية متخصصة في الإذاعة والتلفزيون، و(9.4%) يحملون شهادات جامعية متخصصة في العلاقات العامة. وتشير هذه النسب إلى أن حوالي ثلثي (63.3%) افراد عينة الدراسة يحملون شهادات جامعية متخصصة في مجالات الصحافة والإعلام. وأن ثلث العينة (33.4%) يحملون شهادات جامعية غير متخصصة في مجال تخصصات الصحافة والإعلام، و معظمها في تخصص اللغات: الأنجليزية والفرنسية والعربية، والباقي كان في تخصصات أخرى تضمنت العلوم السياسية، والتاريخ، وإدارة الأعمال، وبرمجة وتحليل نظم، والتصوير الصحفي، وهندسة. ويجدر الأشارة أن معظم هذه التخصصات غير الصحفية هي تخصصات خدمية لقطاع الصحافة والإعلام. وأما النسبة القليلة الباقية (3.3%) من افراد العينة لا يحملون شهادات جامعية ومستواهم التعليمي "ثانوي فما دون" .

9- مجال العمل الحالي:

تشير البيانات إلى أن الغالبية الساحقة (96.1%) من افراد عينة الدراسة يعملون في قطاع الصحافة والإعلام، منهم (71.7%) يعملون في الصحافة، و (13.9%) يعملون في الإذاعة، و (8.9%) يعملون في التلفزيون، و (1.7%) فقط يعملون في مجال العلاقات العامة. وما تبقـى من افراد العينة (3.9%) يعملون في مجالات عمل أخرى كالتدريس وغيرها.

نخلص من العرض السابق إلى أن أهم سمات عينة الدراسه تتمثل في أن حوالي ثلثي (63.4%) افراد العينة لا تتجاوز اعمارهم عن 40 عاماً، و حوالي اربعة اخماسهم (78.3%) من الذكور، و أكثر من ثلاثة ارباعهم (77.2%) هم متزوجون، و حوالي ثلثيهم (64.4%) يعيلون اسراً تتكون من 4 افراد فأكثر، واكثر من نصفهم (54.4%) لا تتجاوز دخولهم الشهرية 750 دينارا منهم حوالي النصف لا تتجاوز دخولهم الشهرية 500 دينارا، وحوالي ثلاثة ارباعهم (73.3%) لا تتجاوز مدة عضويتهم في النقابة عشر سنوات. كما أن الغالبية العظمى(90.6%) من افراد عينة الدراسة يحملون درجات جامعية ثلثيها تقريبا(63.3%) في مجال تخصص

الصحافة والإعلام، وأن (96.1%) يعملون في قطاع الصحافة والإعلام. وهذا يؤكد اهمية نتائج هذه الدراسة باعتبارها جاءت من فئة خبيرة بالعمل الإعلامي.

المحور الثاني: تعرض افراد العينة لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة: ويجيب على الأسئلة التالية:

1- ما مدى تعرض افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين لمشاهدة الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة؟

جدول رقم (2)
مدة المشاهدة لأخبار التلفزيون

مدة مشاهدة الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	70	% 38.9
من ساعة إلى ساعتين	93	% 51.7
أكثر من ساعتين	17	% 9.4
المجموع	180	% 100

يبين الجدول رقم (2) مدة مشاهدة افراد عينة الدراسة للأخبار التلفزيونية في القنوات التلفزيونية في ايامهم الاعتيادية، وتفيد البيانات الاحصائية الواردة في الجدول المذكور أن اكثر من نصف العينة (51.7%) يشاهدون الأخبار من ساعة إلى ساعتين يوميا، بينما بلغت نسبة من يشاهدون الأخبار لمدة تقل عن الساعة يوميا(38.9%). أما نسبة افراد العينة الذين يشاهدون الأخبار التلفزيونية لأكثر من ساعتين فقد كانت متدنية وبلغت (9.4%) فقط. و جاءت هذه النتائج منسجمة مع نتائج دراسة الحسن(2008) والتي أفادت بأن معظم افراد عينة دراسته يشاهدون التلفزيون من ساعة إلى ساعتين يومياً. ويرى الباحث ان هذه النتائج منطقية نظرا لوجود قنوات فضائية إخبارية متخصصة قد تكون جاذبة للمشاهدين.

جدول رقم (3)
عدد نشرات الأخبار التلفزيونية المشاهدة يوميا

عدد نشرات الاخبار المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
نشرة واحدة	16	% 8.9
نشرتان	56	% 31.1
ثلاث نشرات	27	% 15.0
أكثر من ثلاث نشرات	50	% 27.8
لست منتظما في مشاهدة نشرات الأخبار	31	% 17.2
المجموع	180	% 100

يبين الجدول رقم (3) أن حوالي ثلث(31.1%) افراد عينة الدراسة يشاهدون نشرتين اخباريتين يوميا، وأن (15.0%) يشاهدون ثلاث نشرات يوميا، وأن اكثر من الربع (27.8%) يشاهدون اكثر من ثلاث نشرات يوميا. وهذه النسب بمجموعها تشير إلى أن حوالي ثلثي (63.9%) افراد عينة الدراسة يشاهدون نشرتين إخباريتين فأكثر يوميا، مقابل (8.9%) يشاهدون نشرة إخبارية واحدة يوميا، و (17.2%) ليسوا منتظمين بمشاهدة النشرات الأخبارية

التلفزيونية، الأمر الذي يجعلهم يتعرضون إلى المزيد من الأخبار التي قد تلبي احتياجاتهم المعرفية والتي هي ضرورية في مجال عملهم.

جدول رقم (4)

مدى الإهتمام بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية

مدى الاهتمام بمتابعة نشرات الأخبار التلفزيونية	التكرار	النسبة المئوية
كبير جدًا	50	% 27.8
كبير	72	% 40.0
متوسط	44	% 24.4
قليل	8	% 4.4
قليل جدا	6	% 3.3
المجموع	180	% 100

توضح البيانات الواردة في الجدول رقم (4) أن نسبة افراد عينة الدراسة الذين يبدون اهتماما "كبيرا جدا" بمتابعة نشرات الأخبار بلغت أكثر من الربع (27.8%)، بينما بلغت نسبة الذين يبدون اهتماما "كبيرا" بمتابعة نشرات الأخبار (40.0%)، وهذه النسب تشير إلى أن اكثر من ثلثي افراد العينة (67.8%) يبدون إهتماما "كبيرا جدا" أو "كبيرا" بمتابعة الأخبار التلفزيونية، وهذا قد يعود إلى كون الغالبية الساحقة من افراد العينة يعملون بمجال الصحافة والإعلام. أما نسبة الذين يبدون اهتماما "متوسطا" بمتابعة الأخبار التلفزيونية فبلغت الربع (24.4%)، بينما نسبة الذين يبدون اهتماما "قليلاً" أو "قليلاً جدا" لم تتجاوز بمجملها (7.7%).

2- ما القنوات التلفزيونية المحلية الأكثر مشاهدة من قبل افراد العينة والتي تشكل مصدرهم الأساسي للحصول على الأخبار والمعلومات الإخبارية حيال الأحداث المختلفة المحلية منها والإقليمية والدولية؟

جدول رقم (5)

درجة المتابعة لنشرات الأخبار التلفزيونية الحكومية والخاصة

درجة المتابعة / القناة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا	المتوسط	الأنحراف المعياري	الترتيب
	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية			
التلفزيون الأردني(حكومية)	6.1	22.8	48.9	14.4	7.8	2.95	0.964	1
الفضائية الاردنية(حكومية)	4.4	15.6	38.3	22.8	18.9	3.36	1.092	3
الحقيقة (خاصة)	2.2	10.0	28.3	11.1	48.3	3.93	1.170	5
رؤيا (خاصة)	11.1	23.3	35.0	18.9	11.7	2.96	1.157	2
جوسات (خاصة)	5.6	17.2	21.7	30.6	25.0	3.52	1.198	4
نورمينا (خاصة)	-	6.7	17.2	26.7	49.4	4.18	0.950	6
Seven Stars (خاصة)	-	5.6	11.1	28.3	55.0	4.32	0.883	9
سما الأردن (خاصة)	3.9	7.2	10.0	22.8	56.1	4.20	1.125	7
A1 Jordan (خاصة)	3.9	4.4	13.9	15.0	62.8	4.28	1.104	8

يبين الجدول رقم (5) درجة متابعة افراد عينة الدراسة لنشرات الأخبار من خلال عدد من القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، وقد كانت متابعة افراد العينة بدرجة "متوسطة " لنشرات الأخبار في اربع قنوات هي: التلفزيون الأردني، ورؤيا، والفضائية الأردنية، و جوسات وبمتوسطات حسابية بلغت (2.95) و (2.96) و (3.36) و (3,52) وعلى التوالي، وبهذا تكون قناة التلفزيون الأردني(حكومية) قد احتلت المرتبة الأولى من حيث مشاهدة افراد العينة للأخبار التي تبثها، وتلتها قناة رؤيا(خاصة) بالمرتبة الثانية، و القناة الفضائية الأردنية(حكومية) بالمرتبة الثالثة، ومن ثم جاءت قناة جوسات(خاصة) لتحتل المرتبة الرابعة. و كانت متابعة افراد العينة بدرجة " متدنية" لنشرات الأخبار في باقي القنوات الخاصة وهي: الحقيقة، ونورمينا، وسما الأردن، و A1 Jordan و Seven Stars وبمتوسطات حسابية بلغت (3,93) و(4,18) و(4,20) و(4,28) و(4,32) وعلى التوالي، وكان ترتيب هذه القنوات من حيث مشاهدة افراد العينة لنشراتها الإخبارية الخامسة والسادسة والسابعة والثامنة والتاسعة. والواضح من نتائج الجدول أن أي من القنوات، سواء الحكومية منها أو الخاصة، لم تحظى بدرجة مشاهدة "مرتفعة" من قبل افراد عينة الدراسة.

وقد يكون السبب وراء تقدم قناة التلفزيون الأردني الحكومية على القنوات الخاصة من حيث حجم المتابعة لنشرات الأخبار التي تقدمها الى كونها تشكل المصدر الرسمي للأخبار والمعلومات، وليس بالضرورة لكونها اكثر مصداقية.

3- هل هناك علاقة بين مدى إعتماد افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين على الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها القناة التلفزيونية وبين آرائهم بخصوص مصداقية الأخبار؟

جدول رقم (6)
تحليل التباين الاحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين مدى الإعتماد على الأخبار التي تقدمها القناة التلفزيونية وبين مصداقية الأخبار

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العلاقة بين مدى الاعتماد على القنوات التلفزيونية وبين اراء افراد العينة بخصوص مصداقية الاخبار. (القنوات الحكومية)	بين المجموعات	3034,11	4	758,52	7,04	0,000
	داخل المجموعات	18848,32	175	107,70		
العلاقة بين مدى الاعتماد على القنوات التلفزيونية وبين اراء افراد العينة بخصوص مصداقية الاخبار. (القنوات الخاصة)	بين المجموعات	451,42	4	1135,35	9,47	0,000
	داخل المجموعات	20385,55	175	116,48		

جدول رقم (7)
اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين مدى الإعتماد على الأخبار التي تقدمها القناة التلفزيونية وبين مصداقية الأخبار

المحور	درجة الاعتماد		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
العلاقة بين درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية وبين اراء افراد العينة بخصوص مصداقية الاخبار. (القنوات الحكومية)	كبيرة جدا	كبيرة جدا	33,81	-	-
		كبيرة	43,41	-9,59 *	0,007
		متوسطة	45,26	-11,44 *	0,001
		قليلة	52,19	-18,37 *	0,000
		قليلة جدا	49,14	-15,32 *	0,000
	كبيرة	قليلة	52,19	-8,77 *	0,001
	متوسطة	قليلة	52,19	-6,93 *	0,003
العلاقة بين درجة الاعتماد على القنوات التلفزيونية وبين اراء افراد العينة بخصوص مصداقية الاخبار. (القنوات الخاصة)	كبيرة جدا	كبيرة جدا	28,80	-	-
		كبيرة	38,80	-10,00 *	0,001
		متوسطة	38,95	-10,15 *	0,000
		قليلة	43,08	-14,28 *	0,000
		قليلة جدا	48,71	-19,91 *	0,000
	كبيرة	قليلة جدا	48,71	-9,90 *	0,000
	متوسطة	قليلة جدا	48,71	-9,76 *	0,000

وبخصوص العلاقة بين مدى اعتماد افراد العينة على الأخبار والمعلومات التي تقدمها القنوات التلفزيونية الحكومية وبين ارائهم حيال مصداقية الأخبار، تفيد البيانات الاحصائية الواردة في الجدول رقم (6) بوجود علاقة ايجابية طردية بين مدى الإعتماد ودرجة مصداقية الأخبار ، حيث بلغت قيمة (ف) (7,04) وبمستوى دلالة بلغ 0,000. أي بمعنى أنه كلما زادت درجة اعتماد الأفراد على الأخبار والمعلومات التي تقدمها قناة معينة، كلما زاد تقييمهم ايجابياً لمصداقية الأخبار التلفزيونية التي تقدمها تلك القناة.

ويبين جدول اختبار المقارنة المتعدد LSD رقم (7) أن الإختلافات ذات الدلالة الاحصائية كانت بين درجة (كبيرة جدا) وبين الدرجات (كبيرة) وبمستوى دلالة 0,007، و(ومتوسطة) وبمستوى دلالة 0,001 ، و (قليلة) وبمستوى دلالة 0,000، و (قليلة جدا) وبمستوى دلالة 0,000 ، وكانت لصالح الدرجة (كبيرة جدا) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (33,81)، أي بمعنى أن افراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الحكومية بدرجة (كبيرة جدا) كانوا قد اعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الحكومية اعلى من درجة المصداقية التي اعطاها افراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الحكومية أقل درجة. ويتضح من البيانات أنه كلما زادت درجة اعتماد افراد العينة على القنوات الحكومية كلما زادت درجة المصداقية التي يعطونها لأخبار القنوات التلفزيونية الحكومية.

وكذلك الأمر بالنسبة للقنوات التلفزيونية الخاصة، إذ تفيد البيانات الإحصائية الواردة في الجدول رقم (6) بوجود علاقة ايجابية طردية بين مدى الإعتماد ودرجة مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة، حيث بلغت قيمة (ف) (9,47) وبمستوى دلالة بلغ 0,000.

ويبين جدول اختبار المقارنة المتعدد LSD رقم (7) أن الفروق ذات الدلالة الاحصائية كانت بين درجة (كبيرة جدا) وبين الدرجات (كبيرة) بمستوى دلالة 0,001 ، و (متوسطة) بمستوى دلالة 0,000 ، و (قليلة) بمستوى دلالة 0,000، و (قليلة جدا) بمستوى دلالة 0,000 ، وكانت لصالح الدرجة (كبيرة جدا) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 28,80 ، أي بمعنى أن افراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الخاصة بدرجة (كبيرة جدا) كانوا قد اعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الخاصة اعلى من درجة المصداقية التي اعطاها افراد العينة الذين كانت درجة اعتمادهم على القنوات الخاصة أقل.

ويتضح من البيانات أنه كلما زادت درجة اعتماد افراد العينة على القنوات الخاصة كلما زادت درجة المصداقية التي يعطونها لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة. ويتضح مما سبق أنه وبغض النظر عن نوع القناة، فإن مدى اعتماد افراد العينة على القناة في مشاهدة الأخبار يؤثر ايجابا على درجة المصداقية التي يعطيها افراد العينة لأخبار القناة التلفزيونية.

ومع أن هذه النتيجة جاءت متناقضة مع النتيجة التي توصلت اليها دراسة مصطفى (2003) والتي تفيد بعدم وجود ارتباط بين متغيري الإعتماد والمصداقية، إلا أنها جاءت متوافقة مع نتيجة دراسة علي(2006) التي تفيد بوجود علاقة إيجابية متوسطة القوة بين متغيري الإعتماد ومصداقية الأخبار. وقد يكون هذا الإختلاف حافزا للباحثين لدراسة هذه العلاقة بشكل متعمق.

ثالثا: دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفزيونية الأردنية : ويجيب هذا الجزء عن السؤال التالي:

- ما الدوافع النفعية والطقوسية(عادات المشاهدة) التي تحث افراد العينة على مشاهدة القنوات التلفزيونية الأردنية الحكومية منها والخاصة؟

جدول رقم (8)
دوافع التعرض (النفعية) للأخبار على القنوات التلفزيونية

درجة الدافع / الدوافع	عالية جدا	عالية	متوسطة	قليلة	قليلة جدا	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية			
1- فهم واقع الأحداث الجارية	36.1	24.4	31.7	2.8	5.0	2.16	1.104	2
2- معرفة الاخبار المحلية	38.9	26.1	24.4	5.0	5.6	2.12	1.151	1
3- معرفة ثقافات جديدة	6.1	20.0	30.6	20.6	22.8	3.33	1.205	5
4- معرفة السلع والخدمات من خلال الاعلانات	3.3	2.8	29.4	28.3	36.1	3.91	1.031	9
5- الاستفادة في مجال العمل	22.2	10.6	26.7	25.0	15.6	3.01	1.370	3
6- اكتساب مهارات جديدة	15.6	4.4	19.4	27.8	32.8	3.57	1.390	7
7- القدرة على التصرف في المواقف المختلفة	11.1	7.2	12.2	32.2	37.2	3.77	1.319	8
8- الإنفتاح على العالم	14.4	7.8	31.7	20.0	26.1	3.35	1.335	6
9- الحصول على موضوعات تنمي قدرة الحوار مع الاخرين	18.3	8.3	28.3	18.9	26.1	3.26	1.411	4

يبين الجدول رقم (8) درجة الدوافع (النفعية) لتعرض افراد عينة الدراسة للأخبار على القنوات التلفزيونية، وقد حلّ دافع "معرفة الأخبار المحلية" بالمرتبة الأولى و بمتوسط حسابي بلغ(2.12)، وحل دافع " فهم واقع الأحداث الجارية" بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (2.16)، وكانت درجة كل من هذين الدافعين "مرتفعة". وحلّت دوافع "الاستفادة في مجال العمل"، و " الحصول على موضوعات تنمي قدرة الحوار مع الآخرين"، و " معرفة ثقافات جديدة"، و " الانفتاح على العالم"، و " اكتساب مهارات جديدة" بالمراتب الثالثة والرابعة والخامسة والسادسة والسابعة وعلى التوالي، وبمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3,01) و (3,75) وكانت درجة كل من هذه الدوافع "متوسطة". بينما حل دافعي "القدرة على التصرف في المواقف المختلفة"، و "معرفة السلع والخدمات من خلال الإعلانات" بالمرتبتين الثامنة والتاسعة وبمتوسطات حسابية بلغت (3,77) و (4,07) وعلى التوالي، وكانت درجة كل من هذه الدوافع " متدنية".

جدول رقم (9)
دوافع التعرض (الطقوسية) للأخبار على القنوات التلفزيونية

درجة الدافع / الدوافع	عالية جدا	عالية	متوسطة	قليلة	قليلة جداً	المتوسط	الأنحراف المعياري	الترتيب
	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية			
1- التسلية والترفيه	3.9	2.8	22.2	24.4	46.7	4.07	1.072	2
2- مشاهدة الأخبار بحكم العادة	8.9	29.4	34.4	14.4	12.8	2.92	1.143	1

ويبين الجدول رقم (9) درجة الدوافع (الطقوسية) لتعرض افراد عينة الدراسة للأخبار على القنوات التلفزيونية، وقد حل دافع " مشاهدة الأخبار بحكم العادة " بالمرتبة الأولى و بمتوسط حسابي بلغ (2,92)، وكان بدرجة " متوسطة"، بينما حل دافع " التسلية والترفيه " بالمرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (4,07)، وكان بدرجة "متدنية". وبالمجمل فقد كان دافع " التسلية والترفيه " من أضعف الدوافع وراء مشاهدة الأخبار التلفزيونية من قبل افراد العينة، بينما كان دافعي "معرفة الأخبار المحلية" و " فهم واقع الأحداث الجارية" من اقواها. ويبدو جليا أن الدوافع (النفعية)، وخاصة دوافع "معرفة الأخبار المحلية" و " فهم واقع الأحداث الجارية" و " الاستفادة في مجال العمل" هي أهم الدوافع وراء مشاهدة افراد العينة للاخبار التلفزيونية، أما الدوافع "الطقوسية" فكانت اقل أهمية بالنسبة لأفراد العينة، وقد يكون ذلك بسبب مهنة افراد العينة والتي تقتضي متابعة مستمرة لمعرفة الأخبار وفهم واقع الأحداث الجارية، وبهذا يحققون اشباعات "المحتوى" أو الاشباعات " التوجيهية" لديهم وذلك من خلال الحصول على المعلومات، والمنفعة المتعلقة بإتخاذ القرار، واكتشاف الواقع، وحب الاستطلاع، وتأكيد الذات.

رابعا: ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية:

ويجيب عن السؤالين التاليين:

- ما أبعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟
- ما ترتيب ابعاد هذه المصداقية في الأخبار التلفزيونية وفقا لأهمية كل بعد من وجهة نظر افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين ؟

جدول رقم (10)

مدى اتفاق افراد عينة الدراسة مع ابعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية

درجة الموافقة / الأبعاد	أوافق بشدة	اوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الأنحراف المعياري	الترتيب
	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية			
الحرية (عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير وإبداء الرأي)	38.3	52.2	1.7	5.6	2.2	1.81	0.889	2
الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر)	25.6	62.2	2.8	7.2	2.2	1.98	0.881	5
الموضوعية(التجرد والنزاهة والتوازن في نشر الخبر)	26.1	61.7	1.7	7.2	3.3	2.00	0.933	6
الشمول (تقديم جميع عناصرالخبر)	30.6	53.9	6.7	4.4	4.4	1.98	0.977	5
الاستقلالية(عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)	33.9	55.0	6.1	2.8	2.2	1.84	0.831	3
الدقة (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات)	17.8	67.8	2.8	7.2	4.4	2.12	0.939	9
الحياد (تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)	22.8	66.7	-	8.3	2.2	2.00	0.874	6
الإنصاف في تقديم الخبر	21.1	66.7	5.6	4.4	2.2	2.00	0.805	6
القرب من الخبر أو الحدث	18.9	53.3	14.4	11.1	2.2	2.24	0.960	10
الخبرة (المعرفة الواسعة في مجال الأعلام)	19.4	65.0	5.0	6.1	4.4	2.11	0.938	8
الأمانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)	25.6	62.8	5.0	4.4	2.2	1.95	0.827	4
الوضوح (في اللغة والأفكار وطريقة إذاعة الخبر)	26.1	58.9	5.0	7.8	2.2	2.01	0.909	7
المسؤولية الاجتماعية(تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور)	45.0	48.3	3.3	1.1	2.2	1.67	0.789	1
الكفاءة (إذاعة الأخبار بمهنية إعلامية)	26.7	60.6	1.7	6.7	4.4	2.01	0.977	7

يبين الجدول رقم (10) مدى اتفاق افراد عينة الدراسة مع ابعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية، ويشتمل الجدول على أربعة عشر بعداً هي المقياس الفعلي لمصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية والخاصة الواردة في هذه الدراسة.

وتفيد نتائج الجدول أن افراد العينة عبروا بموافقة كبيرة على اهمية جميع ابعاد المصداقية، وتراوحت المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بخصوص ابعاد المصداقية الأربعة عشر الواردة في الجدول ما بين (1,67) و(2,24)، مما يعني أن توفر جميع هذه الأبعاد مهم لمصداقية الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر افراد العينة، الا أن درجة أهميتها تفاوتت من بعد إلى آخر. فقد كان بعد "المسؤولية الاجتماعية /تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور" أهم ابعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية من وجهة نظر افراد العينة، وبمتوسط حسابي بلغ (1,67)، يليه مباشرة

بالمرتبة الثانية بُعد "الحرية/ عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير وإبداء الرأي" وبمتوسط حسابي (1,81)، وحل بالمرتبة الثالثة بُعد "الاستقلالية / عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة" وبمتوسط حسابي بلغ (1,84)، و بالمرتبة الرابعة حل بُعد "الأمانة/ تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة" وبمتوسط حسابي بلغ (1,95). وأما بُعدي "الثقة/ الموثوقية في مصدر الخبر" و "الشمول/ تقديم جميع عناصرالخبر" فقد احتلا المرتبة الخامسة وبمتوسط حسابي بلغ (1,98) لكل منهما.

واحتلت الأبعاد "الموضوعية/التجرد والنزاهة والتوازن في نشر الخبر" و " الحياد/ تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل" و " الإنصاف في تقديم الخبر" المرتبة السادسة وبمتوسط حسابي بلغ (2,00) لكلٍ منها. وتبعها مباشرة بعدي "الكفاءة/إذاعة الأخبار بمهنية إعلامية" و " الوضوح في اللغة والأفكار وطريقة إذاعة الخبر" حيث احتلا المرتبة السابعة وبمتوسط حسابي لكلٍ منهما بلغ (2,01). وأما أقل ابعاد المصداقية أهمية كانت: " الخبرة/ المعرفة الواسعة في مجال الأعلام" ، و " الدقة/ إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات" ، و " القرب من الخبر أو الحدث" واحتلت المراتب الثلاثة الأخيرة الثامنة والتاسعة والعاشرة وعلى التوالي وبمتوسطات بلغت (2,11) و (2,12) و (2,24) وعلى التوالي أيضا.

وجات هذه النتائج مختلفة بعض الشيء عن نتائج دراسة العتيبي (2007) التي احتل بُعد "الوضوح" فيها المرتبة الأولى كأهم ابعاد المصداقية في الأخبار التلفزيونية، يليه بُعد " القرب من الخبر أو الحدث" و "وترتيب الخبر" و "الكفاءة المهنية"، بينما جاء بُعد "الحياد" في المرتبة الأخيرة كأقل الأبعاد أهمية. ويندرج هذا الإختلاف على نتائج دراسات اخرى، مما يعني عدم وجود توافق كامل حول ترتيب اولويات ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية نظراً للتفاوت والإختلاف في ماهية خصائص المجتمعات.

خامسا: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية:

1 – هل يختلف تقدير افراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية بإختلاف نوع القناة، حكومية أو خاصة ؟

جدول رقم (11)

مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية (التلفزيون الأردني و الفضائية الأردنية)

درجة الاتفاق / أبعاد المصداقية	أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية			
تقدم الأخبار بسقف عال من الحرية	-	22.2	6.1	61.1	10.6	3.60	0.948	11
تحظى بثقة المشاهد	1.7	28.3	17.8	48.3	3.9	3.24	0.966	3
تعرض الأخبار بموضوعية	3.3	23.9	21.1	47.8	3.9	3.25	0.973	4
تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث	3.3	27.8	6.1	53.3	9.4	3.37	1.089	8
تقدم الأخبار باستقلالية	3.3	18.3	15.0	52.2	11.1	3.49	1.022	9
تعرض الأخبار بدقة	3.3	27.8	9.4	50.0	9.4	3.34	1.084	7
تقدم الأخبار بحيادية	1.7	21.7	14.4	49.4	12.8	3.50	1.022	10
تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك	1.1	49.4	15.6	28.9	5.0	2.87	1.008	1
تقدم الأخبار بإنصاف	1.7	21.1	23.3	50.0	3.9	3.33	0.909	6
تقدم الأخبار بخبرة مناسبة	3.3	33.9	30.6	27.2	5.0	2.96	0.973	2
تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق	3.3	26.7	17.8	42.8	9.4	3.28	1.063	5
تقدم الأخبار بوضوح	2.8	41.7	16.7	33.9	5.0	2.96	1.035	2
تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور	3.3	27.2	18.9	42.2	8.3	3.25	1.051	4
تقدم الأخبار بكفاءة	2.8	38.3	23.9	30.0	5.0	2.96	0.999	2

تفيد البيانات الواردة في جدول رقم (11) بأن تقييم افراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الحكومية كان بدرجة "متوسط "، وتراوحت متوسطات اجاباتهم بين (2,87) و(3,60). وجاءت هذه النتيجة مغايرة للنتيجة التي بينتها دراسة كامل (1998) ومفادها أن تقييم افراد عينة دراسته لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في التلفزيون المصري(قناة حكومية) كان "مرتفعا".

ويبين الجدول أن الأبعاد التي حلت بالمراتب الخمسة الأولى في الأهمية هي: " تقديم الاخبار القريبة والمهمة" احتل المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (2,87)، و" الوضوح" و "الكفاءة" و"الخبرة المناسبة" احتلت المرتبة الثانية وبمتوسط حسابي بلغ (2,96) لكلٍ منها، و "الثقة" احتل المرتبة الثالثة وبمتوسط بلغ (3,24)، و "الموضوعية" احتل المرتبة الرابعة وبمتوسط بلغ (3,25)، و بالمرتبة الخامسة حل بعد "الأمانة بنقل الأخبار" وبمتوسط بلغ(3,28).

وبالمقابل، احتلت ابعاد "الشمول" و "الاستقلالية" و "الحياد" و"الحرية " المراتب الأربعة الأخيرة الثامنة والتاسعة والعاشرة والحادية عشر وعلى التوالي، وبمتوسطات حسابية بلغت (3,37)، و (3,49) و (3,50)، و (3,60). أما بعدي "الإنصاف" و "الدقة" فقد احتلا المرتبتين السادسة والسابعة وبمتوسطات حسابية بلغت (3,33) و (3,34) وعلى التوالي.

وجاءت بعض من هذه النتائج متفقة مع بعض من نتائج دراسة العتيبي(2007) من حيث ترتيب اولوية بعد "الحرية" الذي حل بالمرتبة الأخيرة كأقل ابعاد المصداقية الموجودة في القنوات الحكومية، إلا انها جاءت مختلفة مع بعضها الأخر. كما اتفقت نتائج الدراسة بهذه الجزئية مع نتائج مصطفى (2003) التي هي الأخرى أفادت بأن بعد "الحرية" كان قد حل في أدنى مرتبة بين مراتب ابعاد المصداقية الأخرى.

جدول رقم (12)

مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة

(الحقيقة ، رؤيا، جوسات، نورمينا، سما الأردن، Seven Stars، و A1 Jordan)

درجة الاتفاق / العنصر	اوافق بشدة	اوافق	لا راي	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط	الأنحراف المعياري	الترتيب
	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية	نسبة مئوية			
تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية	12.2	60.0	8.3	17.2	2.2	2.37	0.980	1
تحظى بثقة المشاهد	9.4	48.3	9.4	30.6	2.2	2.67	1.076	3
تعرض الأخبار بموضوعية	5.6	35.6	29.4	26.1	3.3	2.86	0.978	7
تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث	9.4	45.0	14.4	28.9	2.2	2.69	1.057	4
تقدم الأخبار باستقلالية	5.0	29.4	22.2	40.0	3.3	3.07	1.041	13
تعرض الأخبار بدقة	7.2	29.4	26.1	32.8	4.4	2.97	1.046	9
تقدم الأخبار بحيادية	3.3	33.9	25.6	35.0	2.2	2.98	0.957	10
تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك	7.2	46.7	16.7	25.6	3.9	2.72	1.046	5
تقدم الأخبار بإنصاف	6.1	28.3	27.8	35.6	2.2	2.99	0.988	11
تقدم الأخبار بخبرة مناسبة	5.0	30.6	29.4	30.6	4.4	2.98	0.997	10
تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق	5.0	32.8	25.0	35.0	2.2	2.96	0.958	8
تقدم الأخبار بوضوح	7.2	43.3	20.0	27.2	2.2	2.73	1.010	6
تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور	8.9	46.7	17.8	24.4	2.2	2.64	1.017	2
تقدم الأخبار بكفاءة	2.8	34.4	23.9	36.7	2.2	3.01	0.957	12

تفيد البيانات الواردة في جدول رقم (12) بأن تقييم افراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة كان بدرجة "متوسطة" أيضا، وتراوحت متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة ما بين (2,37) و (3,07). ومن الملفت للنظر أن بُعد "الحرية" تصدر جميع ابعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة محتلا المرتبة الأولى وبمتوسط بلغ(2,37)، وهذا خلافا لما هو في القنوات الحكومية. و تلاه مباشرة الأبعاد: "المسؤولية الإجتماعية" وبالمرتبة الثانية وبمتوسط بلغ(2,64)، و"الثقة" بالمرتبة الثالثة وبمتوسط بلغ (2,67)، و "الشمول" بالمرتبة الرابعة وبمتوسط بلغ (2,69)، و"تقديم الأخبار القريبة والمهمة" بالمرتبة الخامسة وبمتوسط بلغ (2,72). وبالمقابل احتلت المراتب الخمس الأخيرة الأبعاد التالية: "الدقة بعرض الأخبار" بالمرتبة التاسعة وبمتوسط بلغ (2,97)، و "الخبرة" و " الحياد" اشتركا بالمرتبة العاشرة وبمتوسط حسابي بلغ(2,98) لكلٍ منهما، و" الانصاف" بالمرتبة الحادية عشر وبمتوسط بلغ (2,99)، و"الكفاءة" بالمرتبة الثانية عشر وبمتوسط بلغ (3,01)، و

"الاستقلالية" بالمرتبة الثالثة عشر. والأخيرة وبمتوسط بلغ (3,07). بينما احتلت باقي الأبعاد المراتب السادسة وحتى الثامنة وعلى الشكل التالي: "الوضوح" بالمرتبة السادسة وبمتوسط بلغ (2,73)، و"الموضوعية" بالمرتبة السابعة وبمتوسط بلغ (2,86)، و " الأمانة بنقل الأخبار " بالمرتبة الثامنة وبمتوسط بلغ.(2,96).

جدول رقم (13)
مقارنة بين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة

القنوات / العنصر	الحكومية			الخاصة		
	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية	3.60	0.948	11	2.37	0.980	1
تحظى بثقة المشاهد	3.24	0.966	3	2.67	1.076	3
تعرض الأخبار بموضوعية	3.25	0.973	4	2.86	0.978	7
تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث	3.37	1.089	8	2.69	1.057	4
تقدم الأخبار باستقلالية	3.49	1.022	9	3.07	1.014	13
تعرض الأخبار بدقة	3.34	1.084	7	2.97	1.046	9
تقدم الأخبار بحيادية	3.50	1.022	10	2.98	0.957	10
تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك	2.87	1.008	1	2.72	1.046	5
تقدم الأخبار بإنصاف	3.33	0.909	6	2.99	0.988	11
تقدم الأخبار بخبرة مناسبة	2.96	0.973	2	2.98	0.997	10
تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق	3.28	1.063	5	2.96	0.958	8
تقدم الأخبار بوضوح	2.96	1.035	2	2.73	1.010	6
تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور	3.25	1.051	4	2.64	1.017	2
تقدم الأخبار بكفاءة	2.96	0.999	2	3.01	0.957	12

وبمقارنة سريعة بين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والقنوات الخاصة، وكما تبينه البيانات الواردة في الجدول رقم (13)، يتضح بأن تقييم افراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والخاصة كان بدرجة "متوسطة "، وقد تراوحت متوسطات ابعاد المصداقية في القنوات الخاصة بين (2,37) و (3,07)، بينما تراوحت في القنوات الحكومية بين (2,87) و (3,60). ويتضح، أيضا، أن قيم جميع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بإستثناء بُعدي " تقديم الأخبار بكفاءة" و "تقديم الأخبار بخبرة مناسبة" كانت اقل من قيم مثيلاتها في القنوات الحكومية، كما أن متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة والبالغ (2.83) اقل من متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والبالغ (3.24). وهذا يعني أن أخبار القنوات التلفزيونية الخاصة، بشكل عام، تحظى بدرجة مصداقية اعلى من تلك التي تحظى بها أخبار القنوات الحكومية من وجهة نظر افراد العينة. أما فيما يتعلق ببعدي " تقديم الأخبار بكفاءة" و "تقديم الأخبار بخبرة مناسبة"، فقد تفوقت بهما القنوات الحكومية على القنوات الخاصة.

وما يلفت الإنتباه أيضا، أن بُعد "الحرية" احتل المرتبة الأولى بين أبعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بينما جاء في المرتبة الأخيرة في القنوات الحكومية، بالمقابل جاء بُعد "الإستقلالية" في القنوات الخاصة بالمرتبة الأخيرة، بينما جاء في القنوات الحكومية في المرتبة التاسعة. أي بمعنى أن القنوات الحكومية تتمتع بدرجة من الحرية اقل من القنوات الخاصة، لكن بالمقابل فإنها تتمتع بدرجة من الاستقلالية اعلى من تلك التي تتمتع بها القنوات الخاصة. ويمكن تفسير ذلك على أساس خضوع القنوات الحكومية لقيود ورقابة حكومية اكثر من تلك التي تفرض على القنوات الخاصة، وخاصة في ظل تشريع قوانين مشجعة للإستثمار في قطاع الإعلام كما هو الحال بالنسبة للمدينة الإعلامية على سبيل المثال. كما أن القنوات التلفزيونية الحكومية ، ونظرا لتبعيتها للحكومة، فلا تتمتع باستقلالية مالية أو إدارية، وبالتالي فليس بمقدورها وموظفيها الخروج عن املاءات وتوجيهات الحكومة. ولكن بالنسبة للقنوات التلفزيونية الخاصة، والتي هي الأخرى قد تخضع أحيانا لتدخلات وإملاءات أصحابها أو المستثمرين أو كبار المعلِنين فيها، يبقى هامش التمتع بدرجة من الإستقلالية أكبر بعض الشيء من ذلك الموجود في القنوات الحكومية.

2- **علاقة القناة التلفزيونية بالسلطة وأثر ذلك على مصداقية الأخبار:** ويجيب عن السؤال التالي: هل هناك تأثير لعلاقة السلطة بالقنوات التلفزيونية المحلية الأردنية على آراء افراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة من نقابة الصحفيين الأردنيين نحو مصداقية الأخبار والمعلومات الإخبارية التي تقدمها تلك القنوات؟

جدول رقم (14)
تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين علاقة القناة بالسلطة وبين مصداقية الأخبار

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة	متوسط مجموع المتوسطات
علاقة القناة بالسلطة و مصداقية الاخبار (القنوات الحكومية)	بين المجموعات	4829,12	16	301,82	2,85	0,000	45,44
	داخل المجموعات	17053,32	163	104,62			
علاقة القناة بالسلطة و مصداقية الأخبار (القنوات الخاصة)	بين المجموعات	5007,88	8	625,98	5,37	0,000	39,71
	داخل المجموعات	19919,09	171	116,48			

تفيد البيانات الاحصائية الواردة في الجدول رقم (14) بوجود علاقة سلبية بين علاقة القناة التلفزيونية بالسلطة وحكم افراد العينة على مصداقية الأخبار، إذ تبين أن افراد العينة اعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الحكومية أقل من تلك التي اعطوها لأخبار القنوات الخاصة، حيث بلغ متوسط مجموع المتوسطات لأبعاد المصداقية في القنوات الحكومية (45,44) مقابل

(39,71) لمتوسط مجموع المتوسطات لأبعاد المصداقية في القنوات الخاصة، وبفارق 5,33 نقطة ولصالح مصداقية اخبار القنوات الخاصة.

3- العلاقة بين الخصائص الديمغرافية لأفراد العينة وحكمهم على مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة: ويجيب عن السؤال:

- هل هناك فروق دالة احصائيا في حكم افراد العينة على مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة تعزى للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة؟

- **متغير العمر:**

جدول رقم (15)

تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير العمر وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
العمر X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	879,88	4	219,97	1,83	0,125
	داخل المجموعات	21002,55	175	120,01		
العمر X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	138,07	4	345,27	2,56	0,040
	داخل المجموعات	23545,89	175	134,54		

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (15) بما يلي:

- عدم وجود علاقة دالة احصائيا عند مستوى 0.05 بين متغير العمر ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.
- وجود علاقة دالة احصائيا بين متغير العمر ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة حيث بلغت قيمة (ف) (2,56) عند مستوى دلالة 0,040.

جدول رقم (16)

اختبار المقارنة المتعدد (LSD) للعلاقة بين متغير العمر وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	الفئات العمرية		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
العمر X مصداقية القنوات الخاصة	40-31	40-31	37,32	-	-
		50-41	42,53	-5,20 *	0,021
		60-51	44,38	-7,06 *	0,046

ويبين جدول اختبار المقارنة المتعدد LSD رقم (16) أن الاختلاف ذا الدلالة الاحصائية كان بين افراد الفئة العمرية الثانية (31-40 سنة) من جهة وبين الفئتين الثالثة (41-50) وبمستوى دلالة 0,021 والرابعة (51-60) وبمستوى دلالة 0,046 من جهة اخرى، وكانت الاختلافات لصالح افراد الفئة العمرية الثانية (31-40) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ

(37,32). ويعني ذلك أن افراد الفئة العمرية الثانية (31-40) اعطوا درجة مصداقية اعلى لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة من افراد الفئات الأخرى.

- **متغير النوع الإجتماعي:**

جدول رقم (17)
اختبار (T-Test) ببين العلاقة بين متغير النوع الاجتماعي وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات النوع الاجتماعي	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	مستوى الدلالة
متغير النوع الاجتماعي X مصداقية القنوات الحكومية	انثى	21.7	45,05	9,89	-0,25	0,803
	ذكر	78.3	45,55	11,38		
متغير النوع الاجتماعي X مصداقية القنوات الخاصة	انثى	21.3	35,15	12,16	-2,77	0,006
	ذكر	78.3	40,97	11,42		

تفيد نتائج اختبار العينات المستقلة (Independent Sample T-Test) الواردة في الجدول رقم (17) ما يلي:

- عدم وجود علاقة دالة احصائيا عند مستوى 0.05 بين متغير النوع الإجتماعي ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.
- وجود علاقة دالة احصائيا بين النوع الإجتماعي ومصداقية الأخبار في القنوات الخاصة حيث بلغت قيمة (t) (-2,77) عند مستوى دلالة 0,006 ، ولصالح فئة الإناث ذات المتوسط الحسابي الأصغر (35، 15)، أي بمعنى أن الإناث من افراد العينة أعطت درجة مصداقية اعلى من تلك التي أعطاها الذكور لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة.

- **متغير الحالة الإجتماعية:**

جدول رقم (18)
اختبار (T-Test) ببين العلاقة بين متغير الحالة الإجتماعية وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات الحالة الاجتماعية	النسبة المئوية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة
متغير الحالة الاجتماعية X مصداقية القنوات الحكومية	اعزب	22.8	44,29	9,06	-0,758	0,449
	متزوج	77.2	45,78	11,58		
متغير الحالة الاجتماعية X مصداقية القنوات الخاص	اعزب	22.8	35,95	13,25	-2,35	0,020
	متزوج	77.2	40,82	11,14		

تفيد نتائج اختبار العينات المستقلة (Independent Sample T-Test) الواردة في الجدول رقم (18) ما يلي:

- عدم وجود علاقة دالة احصائيا عند مستوى 0.05 بين متغير الحالة الإجتماعية ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.
- وجود علاقة دالة احصائيا بين الحالة الإجتماعية ومصداقية الأخبار في القنوات الخاصة حيث بلغت قيمة (t) (-2,35) عند مستوى دلالة 0,020 ، ولصالح فئة العزاب ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (35,95)، أي بمعنى أن فئة العزاب من افراد العينة أعطوا درجة مصداقية اعلى لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة من تلك التي اعطاها المتزوجون.

- **متغير عدد افراد الأسرة المعالة:**

جدول رقم (19)
تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير عدد افراد الأسرة المعالة وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الحكوم	بين المجموعات	1999,94	4	499,98	4,40	0,002
	داخل المجموعات	19882,49	175	113,61		
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2212,82	4	553,20	4,26	0,003
	داخل المجموعات	22714,15	175	129,79		

جدول رقم (20)
اختبار المقارنة المتعدد(LSD) للعلاقة بين متغير عدد افراد الأسرة المعالة وبين مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات عدد افراد الأسرة المعالين		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الحكومية	إثنان فاقل	إثنان فاقل	45,09	-	-
		ثلاثة	44,52	* 5,26	0,032
	أربعة	أربعة	39,83	-	-
		إثنان فاقل	45,09	* -5,26	0,032
		خمسة	49,78	* -9,95	0,000
		ستة فاكثر	47,16	* -7,33	0,003
متغير عدد افراد الأسرة المعالة X مصداقية القنوات الخاصة	إثنان فاقل	إثنان فاقل	35,43	-	-
		خمسة	43,63	* -8,19	0,002
		ستة فاكثر	43,19	* -7,75	0,002
	أربعة	أربعة	36,50	-	-
		خمسة	43,63	* -7,13	0,008
		ستة فاكثر	43,19	* -6,69	0,011

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (19)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد(LSD) الواردة في الجدول رقم(20) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين عدد افراد الأسرة المعالة ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 19) حيث بلغت قيمة (ف) (4,40) عند مستوى دلالة 0,002. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد(LSD) رقم (20) أن الاختلاف ذا الدلالة الاحصائية كان بين افراد الفئة الأولى(إثنان فأقل) وافراد الفئة الثانية (ثلاثة افراد) وبمستوى دلالة 0,032، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثانية (ثلاثة افراد) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (44,52)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثانية (ثلاثة افراد) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل). كذلك كان هناك اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) من جهة والفئات الأولى (إثنان فأقل) وبمستوى دلالة 0,032، والرابعة (خمسة افراد) وبمستوى دلالة 0,000 ، والخامسة (ستة افراد فأكثر) وبمستوى دلالة 0,003 من جهة اخرى، وكان الإختلاف لصالح افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (39,83)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأخرى، ويستنتج من ذلك ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد عينة الدراسة لأخبار القنوات الحكومية تتناسب عكسيا مع عدد افراد الاسرة المعالة، فكلما زاد عدد أفراد الأسرة المعالة كلما تناقصت درجة المصداقية التي يعطيها افراد العينة لأخبار القنوات الحكومية.

- وجود علاقة دالة احصائيا بين متغير العمر ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 19) حيث بلغت قيمة (ف) (4,26) عند مستوى دلالة 0,003. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد(LSD) رقم (20) أن الإختلاف ذا الدلالة الإحصائية كانت بين افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) من جهة وبين الفئتين الرابعة (خمسة افراد) وبمستوى دلالة 0,002 ، والخامسة (ستة افراد فأكثر) وبمستوى دلالة 0,002 من جهة اخرى، وكان الإختلاف لصالح افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 35,43. ويعني ذلك أن افراد الفئة الأولى (إثنان فأقل) اعطوا درجة مصداقية اعلى لأخبار القنوات التلفزيونية الخاصة من افراد الفئتين الأخريتين الرابعة والخامسة. وتفيد النتائج كذلك بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) من جهة والفئات الرابعة (خمسة افراد) وبمستوى دلالة 0,008 ، والخامسة (ستة افراد فأكثر) وبمستوى دلالة 0,011 من جهة اخرى، وكان الإختلاف لصالح افراد الفئة

الثالثة (اربعة افراد) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,50)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (اربعة افراد) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأخرى.

- **متغير الدخل الشهري للأسرة:**

جدول رقم (21)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير معدل الدخل الشهري وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1197,79	4	299,44	2,53	0,042
	داخل المجموعات	20684,64	175	118,19		
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2953,69	4	738,42	5,88	0,000
	داخل المجموعات	21973,28	175	125,56		

جدول رقم (22)

اختبار المقارنة المتعدد(LSD) للعلاقة بين متغير معدل الدخل الشهري وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات معدل الدخل الشهري		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الحكومية	750-501	750-501	43,18	-	-
		2000-1001	49,66	* -6,47	0,008
	1000-751	1000-751	43,66	-	-
		2000-1001	49,66	* -6,00	0,017
متغير معدل الدخل الشهري X مصداقية القنوات الخاصة	500-301	500-301	34,37	-	-
		750-501	39,67	* -5,30	0,021
		1000-751	39,68	* -5,31	0,026
		2000-1001	46,78	* -12,41	0,000
	750-501	2000-1001	46,78	* -7,10	0,005
	1000-751	2000-1001	46,78	* -7,09	0,006

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (21)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد(LSD) الواردة في الجدول رقم(22) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين معدل الدخل الشهري للأسرة ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 21) حيث بلغت قيمة (ف) (2,53) عند مستوى دلالة 0,042. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد(LSD) رقم (22) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد فئة الدخل الثالثة(501–750) وبين افراد فئة الدخل الخامسة (1001–2000) وبمستوى دلالة 0,008، وكانت الإختلافات لصالح الفئة الثالثة (501–750) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (43,18)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة(501–750)لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي

اعطاها افراد الفئة الخامسة (1001-2000). وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد فئة الدخل الرابعة (751-1000) وبين افراد فئة الدخل الخامسة (1001-2000) وبمستوى دلالة 0,017، وكانت الإختلافات لصالح الفئة الرابعة (751-1000) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (43,66)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (751-1000) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الخامسة (1001-2000). ويستنتج من الاختلافات بين استجابات افراد فئات الدخل هذه وجود علاقة عكسية بين مستوى الدخل ودرجة المصداقية التي اعطاها افراد هذه الفئات لأخبار القنوات الحكومية، أي بمعنى أنه كلما زاد مستوى دخل افراد العينة قلت درجة المصداقية التي يعطونها لأخبار القنوات الحكومية.

- وجود علاقة دالة احصائيا بين معدل الدخل الشهري ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 21) حيث بلغت قيمة (ف) (5,88) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد(LSD) رقم (22) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد فئة الدخل الثانية (301-500) وبين افراد فئات الدخل الثالثة(501-750) وبمستوى دلالة 0,021 ، والرابعة (751-1000) وبمستوى دلالة 0,026 ، والخامسة (1001-2000) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثانية (301-500) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (34,37)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثانية (301-500) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئات الأخرى، وتوضح النتائج وجود علاقة عكسية بين مستوى الدخل ودرجة المصداقية التي اعطاها افراد هذه الفئات لأخبار القنوات الخاصة، أي بمعنى أنه كلما زاد مستوى دخل افراد العينة قلت درجة المصداقية التي يعطونها لأخبار القنوات الخاصة.

- **متغير مدة العضوية في النقابة:**

جدول رقم (23)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير مدة العضوية في النقابة وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير مدة العضوية في النقابة X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1513,38	3	504,46	4,35	0,005
	داخل المجموعات	20369,06	176	115,73		
متغير مدة العضوية في النقابة X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	2400,20	3	800,06	6,25	0,000
	داخل المجموعات	22526,97	176	127,99		

جدول رقم (24)

اختبار المقارنة المتعدد(LSD) للعلاقة بين متغير مدة العضوية في النقابة

وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات مدة العضوية في النقابة		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير مدة العضوية في النقابة X مصداقية القنوات الحكومية	5-1	5-1	45,69	-	-
		16 سنة فأكثر	52,04	-6,35 *	0,013
	10-6	10-6	44,05	-	-
		16 سنة فأكثر	52,04	-7,89 *	0,004
	15-11	15-11	41,40	-	-
		16 سنة فأكثر	52,04	-10,64 *	0,001
متغير مدة العضوية في النقابة X مصداقية القنوات الخاصة	5-1	5-1	36,97	-	-
		10-6	41,13	-4,16 *	0,041
		16 فأكثر	48,08	-11,11 *	0,000
	10-6	16 فأكثر	48,08	-6,94 *	0,015
	15-11	15-11	37,96	-	-
		16 فأكثر	48,08	-10,12 *	0,002

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (23)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد(LSD) الواردة في الجدول رقم(24) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين مدة العضوية في النقابة ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 23) حيث بلغت قيمة (ف) (4,35) عند مستوى دلالة 0,005. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد(LSD) رقم (24) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (1–5 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,013، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى (1–5 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (45,69) ، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1–5 سنوات) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر). كما تفيد النتائج ايضا بوجود اختلافات ذات دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (6–10 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,004، وكانت الإختلافات لصالح الفئة الثانية (6–10 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (44,05). وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (11–15 سنة) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,001، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثالثة (11–15 سنة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,40)، ومن هذه النتائج يتضح ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) لأخبار القنوات الحكومية كانت الأقل على الاطلاق بين جميع تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات الأخرى. بينما كانت درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثالثة (11–15 سنة)لأخبار القنوات الحكومية هي الاعلى بين تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات وبلغ متوسط استجابات هذه الفئة (41,40)، تلتها مباشرة استجابات افراد

الفئة الثانية (6-10 سنوات) وبمتوسط حسابي بلغ 44,05 ، ومن ثم استجابات افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) وبمتوسط حسابي بلغ(45,69).

- وجود علاقة دالة احصائيا بين مدة العضوية في النقابة ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 23) حيث بلغت قيمة (ف) (6,25) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (24) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) وبين افراد الفئتين الثانية (6-10 سنوات) وبمستوى دلالة 0,041، والرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح الفئة الأولى (1-5 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,97)، تلتها الفئة الثانية (6-10 سنوات) بمتوسط حسابي بلغ (41,13)، ومن ثم جاءت الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) و بمتوسط حسابي بلغ 48,08 ، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) لأخبار القنوات الحكومية كانت الأعلى، تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات)، ومن ثم تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر). وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,015، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثانية (6-10 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,13). كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (11-15 سنة) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,002، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثالثة (11-15 سنة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (37,96)، و يتضح من هذه النتائج ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) لأخبار القنوات الخاصة كانت الأقل على الإطلاق بين جميع تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات الأخرى. بينما كانت درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1-5 سنوات) لأخبار القنوات الخاصة هي الاعلى بين تلك التي اعطاها افراد باقي الفئات ، تلتها مباشرة استجابات افراد الفئة الثالثة (11-15 سنة) ، ومن ثم استجابات افراد الفئة الثانية (6-10 سنوات) .

- **متغير المستوى التعليمي:**

جدول رقم (25)
تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير المستوى التعليمي وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير المستوى التعليمي X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	4520,25	5	904,05	9,06	0,000
	داخل المجموعات	17362,18	174	99,78		
متغير المستوى التعليمي X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	5130,31	5	1026,06	9,01	0,000
	داخل المجموعات	19796,66	174	113,77		

جدول رقم (26)
اختبار المقارنة المتعدد(LSD) للعلاقة بين متغير المستوى التعليمي
وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات المستوى التعليمي		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير المستوى التعليمي X مصداقية القنوات الحكومية	ثانوي فما دون	ثانوي فما دون	41,00	-	-
		معهد(كلية متوسطة)	53,00	-12,00 8	0,019
		دبلوم عالي	61,22	-20,22 *	0,000
		دكتوراه	51,35	-10,35 *	0,030
	معهد(كلية متوسطة)	ماجستير	46,00	7,00 *	0,049
	بكالوريوس	بكالوريوس	42,49	-	-
		معهد(كلية متوسطة)	53,00	-10,50 *	0,001
		دبلوم عالي	61,22	-18,72 *	0,000
		دكتوراه	51,35	-8,85 *	0,001
	ماجستير	دبلوم عالي	61,22	-15,22 *	0,000
	دكتوراه	دبلوم عالي	61,22	-9,86 *	0,018
متغير المستوى التعليمي X مصداقية القنوات لخاصة	ثانوي فما دون	ثانوي فما دون	35,00	-	-
		دبلوم عالي	61,33	-26,33 *	0,000
	معهد(كلية متوسطة)	معهد(كلية متوسطة)	38,63	-	-
		دبلوم عالي	61,33	-22,69 *	0,000
	بكالوريوس	بكالوريوس	38,00	-	-
		دبلوم عالي	61,33	-23,33 *	0,000
		دكتوراه	44,41	-6,41 *	0,023

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (25)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد(LSD) الواردة في الجدول رقم(26) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى التعليمي ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية (الجدول رقم 25) حيث بلغت قيمة (ف) (9,06) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (26) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (ثانوي فما دون) من جهة وبين افراد الفئات الثانية (كلية متوسطة) وبمستوى دلالة 0,019، والرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,000 ، والسادسة (دكتوراه) وبمستوى 0,030 ، وكان الاختلاف لصالح الفئة الأولى (ثانوي فما دون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 41,00 ، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (ثانوي فما دون) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئات الأخرى. كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (كلية متوسطة) وبين افراد الفئة الخامسة(ماجستير) وبمستوى دلالة 0,049، وكانت الإختلافات لصالح الفئة الخامسة (ماجستير) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 46,00. وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (بكالوريوس) وبين افراد الفئات الفئة الثانية (كلية متوسطة) وبمستوى دلالة 0,001،

والرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,000، والسادسة (دكتوراه) وبمستوى 0,001 ، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثالثة (بكالوريوس) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 42,49 . وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الخامسة (ماجستير) وافراد الفئة الرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح الفئة الخامسة ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 46,00. إضافة الى ذلك كان هناك اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة السادسة (دكتوراه) وافراد الفئة الرابعة (دبلوم عالي) وبمستوى دلالة 0,018، وكان الإختلاف لصالح الفئة السادسة ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 51,35.

- وتفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (25) أيضا بوجود علاقة دالة احصائيا بين المستوى التعليمي ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة حيث بلغت قيمة (ف) (9,01) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (26) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (1–5 سنوات) وبين افراد الفئتين الثانية (6–10 سنوات) وبمستوى دلالة 0,041، والرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح الفئة الأولى (1–5 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,97)، تلتها الفئة الثانية (6–10 سنوات) بمتوسط حسابي بلغ (41,13)، ومن ثم جاءت الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) و بمتوسط حسابي بلغ (48,08)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (1–5 سنوات) لأخبار القنوات الحكومية كانت الأعلى، تلتها تلك التي اعطاها افراد الفئة الثانية (16 سنة فأكثر)، ومن ثم تلتها تلك التي أعطاها افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر). وتفيد النتائج ايضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (6–10 سنوات) وبين افراد الفئة الرابعة (16 سنة فأكثر) وبمستوى دلالة 0,015، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثانية (6–10 سنوات) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,13).

- **متغير تخصص الدراسة الدقيق:**

جدول رقم (27)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير تخصص الدراسة الدقيق وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير التخصص الدقيق X مصداقية القنوات الحكومية	بين المجموعات	1798,24	3	559,41	5,25	0,002
	داخل المجموعات	20084,20	176	114,11		
متغير التخصص الدقيق X مصداقية القنوات الخاصة	بين المجموعات	1444,63	3	481,52	3,60	0,015
	داخل المجموعات	23482,34	176	133,42		

جدول رقم (28)

اختبار المقارنة المتعدد(LSD) للعلاقة بين متغير تخصص الدراسة الدقيق وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات التخصص الدقيق للدراسة		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير التخصص الدقيق X مصداقية القنوات الحكومية	إذاعة وتلفزيون	إذاعة وتلفزيون	38,12	-	-
		الصحافة	47,85	-9,72 *	0,001
		علاقات عامة	48,82	-10,69 *	0,005
	أخرى	أخرى	43,39	-	-
		الصحافة	47,85	-4,45 *	0,013
متغير التخصص الدقيق X مصداقية القنوات لخاصة	أخرى	أخرى	37,10	-	-
		الصحافة	42,83	-5,73 *	0,003

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (27)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد(LSD) الواردة في الجدول رقم(28) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين تخصص الدراسة الدقيق ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية حيث بلغت قيمة (ف) (5,25) عند مستوى دلالة 0,002. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد(LSD) رقم (28) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية (إذاعة وتلفزيون) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,001، والثالثة (العلاقات العامة) وبمستوى دلالة 0,005 ، وكان الإختلاف لصالح الفئة الفئة الثانية (إذاعة وتلفزيون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (38,12)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الثانية لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئات الأخرى. كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الرابعة (أخرى) وبين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,013، وكان الإختلاف لصالح الفئة الرابعة (أخرى) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ(43,39).
- وجود علاقة دالة احصائيا بين تخصص الدراسة الدقيق ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة (الجدول رقم 27) حيث بلغت قيمة (ف) (3,60) عند مستوى دلالة 0,015. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (28) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الرابعة (أخرى) وبين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,003، وكان الإختلاف لصالح الفئة الرابعة ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (37,10)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (أخرى) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأولى (الصحافة).

- **متغير مجال العمل:**

جدول رقم (29)

تحليل التباين (one way ANOVA) للعلاقة بين متغير مجال العمل وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الحكوم	بين المجموعات	4511,79	4	1127,94	11,36	0,000
	داخل المجموعات	17370,64	175	99,26		
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الخاص	بين المجموعات	2912,68	4	728,17	5,78	0,000
	داخل المجموعات	220014,29	175	125,79		

جدول رقم (30)

اختبار المقارنة المتعدد(LSD) للعلاقة بين متغير مجال العمل وبين مصداقية الاخبار في القنوات الحكومية والخاصة

المحور	فئات مجال العمل		المتوسط الحسابي	متوسط الانحراف	مستوى الدلالة
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات الحكومية	صحافة	أخرى	57,85	-10,70 *	0,006
	إذاعة	صحافة	47,14	-6,22 *	0,005
		أخرى	57,85	-16,93 *	0,000
	تلفزيون	تلفزيون	32,87	-	-
		صحافة	47,14	-14,27 &	0,000
		إذاعة	40,92	-8,04 *	0,013
		علاقات عامة	48,00	-15,12 *	0,017
		أخرى	57,85	-24,98 *	0,000
متغير مجال العمل X مصداقية القنوات لخاصة	صحافة	صحافة	39,62	-	-
		أخرى	55,42	-15,80 *	0,000
	إذاعة	إذاعة	36,40	-	-
		أخرى	55,42	-19,02 *	0,000
	تلفزيون	أخرى	55,42	-13,61 *	0,008
	علاقات العامة 23,00	صحافة	39,62	-16,62 *	0,012
		تلفزيون	41,81	-18,81 *	0,008
		أخرى	55,42	-32,42 *	0,000

تفيد البيانات الاحصائية للتباين الأحادي (ANOVA) الواردة في الجدول رقم (29)، وبيانات اختبار المقارنة المتعدد(LSD) الواردة في الجدول رقم(30) بما يلي:

- وجود علاقة دالة احصائيا بين مجال العمل ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية(الجدول رقم 29) حيث بلغت قيمة (ف) (11,36) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (30) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,006، وكان الإختلاف لصالح الفئة الأولى ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 40,92 ، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (الصحافة) لأخبار القنوات الحكومية كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الخامسة (أخرى). كما تفيد

النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (التلفزيون) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,00، و الثانية(الإذاعة) وبمستوى دلالة 0,013 ، والرابعة (العلاقات العامة) وبمستوى دلالة 0,017 ، والخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,000 ، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثالثة (التلفزيون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (32,87). وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية(الإذاعة) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,005 ، والخامسة(أخرى) وبمستوى دلالة 0,000 ، وكان الاختلاف لصالح الفئة الثانية(الإذاعة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ 40,92.

- وجود علاقة دالة احصائيا في الجدول رقم (29) بين مجال العمل ومصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة حيث بلغت قيمة (ف) (5,78) عند مستوى دلالة 0,000. وتفيد نتائج جدول اختبار المقارنة المتعدد (LSD) رقم (30) بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الأولى (الصحافة) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح الفئة الأولى(الصحافة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (39,62)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الأولى (الصحافة) لأخبار القنوات الخاصة كانت أعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الخامسة (أخرى). كما تفيد النتائج بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثانية(الإذاعة) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثانية(الإذاعة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (36,40). وتفيد النتائج أيضا بوجود اختلاف ذا دلالة احصائية بين افراد الفئة الثالثة (التلفزيون) وبين افراد الفئة الخامسة (أخرى) وبمستوى دلالة 0,008 ، وكان الإختلاف لصالح الفئة الثالثة (التلفزيون) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (41,81). إضافة الى أن النتائج أفادت بوجود اختلاف ذا دلالة إحصائية بين افراد الفئة الرابعة (العلاقات العامة) وبين افراد الفئات الأولى (الصحافة) وبمستوى دلالة 0,012، والثالثة (التلفزيون) وبمستوى دلالة 0,008، والخامسة(أخرى) وبمستوى دلالة 0,000، وكان الإختلاف لصالح افراد الفئة الرابعة (العلاقات العامة) ذات المتوسط الحسابي الأصغر والبالغ (23,00)، أي بمعنى ان درجة المصداقية التي اعطاها افراد الفئة الرابعة (العلاقات العامة) لأخبار القنوات الخاصة كانت اعلى من تلك التي اعطاها افراد الفئة الأخرى.

سادسا: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية بحسب موضوع الخبر:

ويجيب عن السؤال رقم (11):

- هل يختلف تقدير أفراد العينة لمصداقية الأخبار التلفزيونية بإختلاف موضوع الخبر؟

جدول رقم (31)
العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر

درجة المصداقية / موضوع الخبر	مصداقية عاليه جدا		مصداقية عاليه		مصداقية متوسطة		مصداقية قليلة		مصداقية قليلة جدا		المتوسط	الأنحراف المعياري	الترتيب
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%			
1- الأخبار السياسية	5	2.8	14	7.8	104	57.8	49	27.2	8	4.4	3.22	0.768	8
2- الأخبار الاقتصادية	5	2.8	40	22.2	103	57.2	22	12.2	10	5.6	2.95	0.824	7
3- الأخبار العسكرية	10	5.6	21	11.7	51	28.3	54	30.0	44	24.4	3.56	1.144	10
4- الأخبار الأمنية	10	5.6	13	7.2	62	34.4	68	37.8	27	15.0	3.49	1.016	9
5- الأخبار الثقافية	20	11.1	66	36.7	76	42.2	15	8.3	3	1.7	2.52	0.861	5
6- الأخبار الاجتماعية	27	15.0	50	27.8	84	46.7	16	8.9	3	1.7	2.54	0.911	6
7- الأخبار الرياضية	62	34.4	39	21.7	63	35.0	9	5.0	7	3.9	2.22	1.096	2
8- الأخبار العلمية	38	21.1	58	32.2	74	41.1	7	3.9	3	1.7	2.32	0.908	4
9- الأخبار الفنية	53	29.4	42	23.3	76	42.2	4	2.2	5	2.8	2.25	0.997	3
10- الأخبار الدينية	59	32.8	37	20.6	75	41.7	6	3.3	3	1.7	2.20	0.995	1

يوضح الجدول رقم (31) العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزيونية، و تفيد النتائج الواردة في الجدول أن تقييم افراد العينة لمصداقية الأخبار الدينية، والرياضية، والفنية، والعلمية، كان "مرتفع" وتراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2,20) و (2,32)، وكانت الأخبار الدينية اكثر الأخبار مصداقية وبمتوسط بلغ (2,20)، تلتها مباشرة الأخبار الرياضية بمتوسط بلغ (2,22)، والأخبار الفنية بمتوسط بلغ (2,25)، والأخبار العلمية بمتوسط بلغ (2,32).

وأما الأخبار الثقافية، و الإجتماعية و الإقتصادية، والسياسية والأمنية والعسكرية فكان تقييم افراد العينة لمصداقيتها "متوسط"، وتراوحت متوسطاتها الحسابية بين (2,52) و(3,56). ويتبين أن الأخبار الأمنية والعسكرية من وجهة نظر افراد عينة الدراسه كانت أقل الأخبار مصداقية. وقد يعود السبب في ذلك إلى كون الموضوعات الأمنية والعسكرية حساسة و غالبا ما تحيطها السرية، ويخضع إفشائها إلى قواعد قانونية صارمة. وجاءت هذه النتائج متماثلة إلى حدٍ كبير مع دراسة العتيبي (2004) والتي بينت أيضا وجود علاقة بين مصداقية الأخبار وبين موضوع الخبر، وبأن الأخبار الأمنية والعسكرية من وجهة نظر افراد عينة دراسته كانت أقل الأخبار مصداقية.

الخاتمة

تتضمن الخاتمة النتائج و التوصيات المبينة تالياً:

النتائج: اجابت نتائج البيانات الإحصائية الواردة في الجداول المبينة في متن الدراسة عن اسـئلة الدراسة، وسنعرض ابرز هذه النتائج على النحو التالي:

1- اهم سمات عينة الدراسه تتمثل في أن حوالي ثلثي افراد العينة هم من الشباب الذين لا تتجاوز اعمارهم الأربعين عاماً، و حوالي اربعة اخماسهم من الذكور، و أكثر من ثلاثة ارباعهم متزوجون، و حوالي ثلثيهم يعيلون اسراً تتكون من 4 افراد فأكثر، و اكثر من نصفهم بقليل لا تتجاوز دخول اسرهم الشهرية 750 دينارا و حوالي النصف من هؤلاء لا تتجاوز دخول اسرهم الشهرية 500 دينارا مما يعكس محدودية وتواضع مداخيل اعضاء نقابة الصحفيين وتحملهم اعباء مالية لإعالة اسرهم الكبيرة. كما أن حوالي ثلاثة ارباع افراد العينة لا تتجاوز مدة عضويتهم في النقابة عشر سنوات، مما يعني طغيان عنصر الشباب على عضوية النقابة. إضافة إلى ان الغالبية العظمى (90.6%) من افراد عينة الدراسة يحملون درجات جامعية وثلثيها تقريبا(63.3%) في مجال تخصص الصحافة والإعلام ، وأن غالبيتهم العظمى كذلك (96.1%) يعملون في قطاع الصحافة والإعلام.

2- اكثر من ثلثي افراد العينة (67.8%) ابدوا إهتماما "كبيرا جدا" أو "كبيرا" بمتابعة الأخبار التلفزيونية، وهذا قد يعود إلى كون جميع افراد العينة تقريباً يعملون بمجال الصحافة والإعلام.

3- اكثر من نصف افراد العينة بقليل يشاهدون الأخبار من ساعة إلى ساعتين يوميا، وحـوالي ثلثيهم يشاهدون نشرتا اخبار فأكثر يوميا.

4- متابعة افراد العينة لنشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية كانت بدرجة "متوسطة"، بينما كانت بدرجة "متدنية" لنشرات الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة بإستثناء قناتين هما: رؤيا وجوسات، واللتين كانت درجة متابعتهما من قبل افراد العينة بدرجة " متوسطة " أيضا. وهذا يعني تقدم قناة التلفزيون الأردني الحكومية على القنوات الخاصة من حيث حجم المتابعة لنشرات الأخبار، وقد يكون السبب وراء ذلك الى كونها تشكل المصدر الرسمي للأخبار والمعلومات، وليس بالضرورة لكونها اكثر مصداقية.

5- وجود علاقة ايجابية طردية عند مستوى دلالة 0,000، بين مدى الإعتماد ودرجة مصداقية الأخبار لكل من القنوات الحكومية والخاصة، أي بمعنى أنه كلما زادت درجة اعتماد الأفراد على الأخبار والمعلومات التي تقدمها القناة التلفزيونية الاخبارية، كلما زاد تقييمهم ايجابياً لمصداقية الأخبار التلفزيونية لتلك القناة، وبغض النظر عن نوع القناة، فيما إذا كانت حكومية أو خاصة.

6- كانت الدوافع (النفعية)، وخاصة دوافع "معرفة الأخبار المحلية" و " فهم واقع الأحداث الجارية" و " الاستفادة في مجال العمل"، أهم الدوافع وراء مشاهدة افراد العينة للاخبار التلفزيونية، أما الدوافع " الطقوسية" فكانت اقل أهمية بالنسبة لأفراد العينة، وقد يكون ذلك بسبب مهنة افراد العينة والتي تقتضي متابعة مستمرة لمعرفة الأخبار وفهم واقع الأحداث الجارية، وبهذا يحققون اشباعات "المحتوى" أو الاشباعات " التوجيهية" لديهم، وذلك من خلال الحصول على المعلومات، والمنفعة المتعلقة بإتخاذ القرار، واكتشاف الواقع، وحب الاستطلاع، وتأكيد الذات.

7- وجود اتفاق كبير لدى افراد العينة بخصوص أهمية توفر الأبعاد الأربعة عشر الواردة في الجدول رقم(10) لمصداقية الأخبار التلفزيونية. وكان تقييم افراد العينة لجميع أبعاد المصداقية بدرجة "مرتفعة"، وتراوحت المتوسطات الحسابية لإجاباتهم بخصوص هذه الأبعاد ما بين (1,67) و(2,24)، إلا أن درجة أهميتها تفاوتت من بعد إلى آخر، حيث احتلت المراتب الخمسة الأولى، وعلى التوالي، الأبعاد: "المسؤولية الاجتماعية"، و"الحرية"، و "الاستقلالية"، و"الأمانة"، و "الثقة" و "الشمول".

8- جاء تقييم افراد العينة لأبعاد مصداقية الأخبار التلفزيونية في كل من القنوات الحكومية والخاصة بدرجة "متوسطة" (جدول رقم 13)، إلا أن قيم جميع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بإستثناء بعدي " تقديم الأخبار بكفاءة" و "تقديم الأخبار بخبرة مناسبة" كانت اقل من قيم مثيلاتها في القنوات الحكومية، كما أن متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة والبالغ (2.83) اقل من متوسط مجموع متوسطات ابعاد مصداقية الأخبار في القنوات الحكومية والبالغ (3.24). مما يعني أن أخبار القنوات التلفزيونية الخاصة، بشكل عام، تحظى بدرجة مصداقية اعلى من تلك التي تحظى بها أخبار القنوات الحكومية من وجهة نظر افراد العينة.

وما يلفت الإنتباه أيضا، أن بُعد "الحرية" احتل المرتبة الأولى بين أبعاد مصداقية الأخبار في القنوات الخاصة بينما جاء في المرتبة الأخيرة في القنوات الحكومية، بالمقابل جاء بُعد "الإستقلالية" في القنوات الخاصة بالمرتبة الأخيرة، بينما جاء في القنوات الحكومية في المرتبة

التاسعة. أي بمعنى أن القنوات الحكومية تتمتع بدرجة من الحرية اقل من القنوات الخاصة، لكن بالمقابل فإنها تتمتع بدرجة من الاستقلالية اعلى من تلك التي تتمتع بها القنوات الخاصة. وقد يكون ذلك بسبب خضوع القنوات الحكومية لقيود ورقابة حكومية اكثر من تلك التي تفرض على القنوات الخاصة، وتبعيتها للحكومة التي تفقدها الاستقلالية المالية والإدارية، وبالتالي فليس بمقدورها وموظفيها الخروج عن املاءات وتوجيهات الحكومة.

9- تبين أن افراد العينة اعطوا درجة مصداقية لأخبار القنوات الحكومية أقل من تلك التي اعطوها لأخبار القنوات الخاصة، وذلك لارتباط هذه القنوات بالسلطة الحاكمة، مما يعني وجود علاقة سلبية بين علاقة القناة التلفزيونية بالسلطة وحكم افراد العينة على مصداقية الأخبار التلفزيونية.

10- وجود علاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وموضوع الخبر الذي تبثه القناة التلفزونية، حيث تبين أن تقييم افراد العينة لمصداقية الأخبار الدينية، والرياضية، والفنية، والعلمية، كان بدرجة "مرتفع" ، وكانت الأخبار الدينية اكثر الأخبار مصداقية. وأما الأخبار الثقافية، والإجتماعية، والإقتصادية، والسياسية والأمنية والعسكرية فكان تقييم افراد العينة لمصداقيتها بدرجة "متوسط". وكانت الأخبار الأمنية والعسكرية من وجهة نظر افراد عينة الدراسه أقل الأخبار مصداقية.

11- وجود علاقة دالة احصائيا عند مستوى 0.05 بين الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة وحكمهم على مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة، بإستثناء متغيرات العمر والنوع الإجتماعي والحالة الإجتماعية وبين مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الحكومية.

التوصيات:

وفي ضوء النتائج المستخلصة، يمكن تقديم عددا من التوصيات التي قد تسهم في رفع مستوى مصداقية وسائل الإعلام المرئية الأردنية في كل من القنوات الحكومية والخاصة، لكي تصبح مصدرا اساسيا للمعلومات والأخبار التي يتطلع اليها المشاهد، و من أهمها:

1- ضرورة إعداد برامج تدريبية نوعية تضطلع بها وسائل الإعلام الأردنية المرئية لرفع مستوى وكفاءة العاملين فيها خاصة في مجالات اخلاقيات العمل الإعلامي والمصداقية واحدة منها، وذلك لتمكين العاملين في حقل الأخبار من كسب ثقة الجمهور المتلقي، مما يساعد في مواجهة القضايا والمشكلات المهمة التي تواجه المجتمع الأردني، وللإرتقاء بالعمل الإعلامي بشكل عام.

2- ضرورة العمل على تعزيز بعد الموضوعية في وسائل الإعلام الأردنية المرئية لدى تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، لترفع من مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.

3- ضرورة العمل على اجراء اصلاحات قانونية على النظام القانوني الإعلامي الصحفي تضمن تعزيز بعدي "الحرية" و "الاستقلالية" لكل من القنوات الحكومية والخاصة.

4- ضرورة إبداء الثقة الحكومية بوسائل الإعلام، وتحريرها من السيطرة الأحادية مهما كانت هذه السيطرة، وتوفير مناخ التعددية وإتاحة الفرصة لجميع افراد وقطاعات المجتمع المدني للتعبير عن نفسها من خلال وسائل الإعلام.

المراجع

المراجع العربية:

أ)- المراجع المنشورة:

- أبو إصبع، صالح خليل (2004 م). **الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**. دار مجدلاوي ، عمان.
- أبو إصبع، صالح خليل (2010 م). **الإتصال الجماهيري**. دار البركة للنشر والتوزيع، عمان.
- أبو زيد، فاروق (1998م). ***فن الخبر الصحفي***. ط1. عالم الكتب، القاهرة.
- إسماعيل، محمود، (2003 م). ***مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير*** .ط1. الدار العالمية للنشر والتوزيع، الرياض.
- برنامج الامم المتحدة الانمائي. " نحو إقامة مجتمع المعرفة"، ***تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003***. المكتب الإقليمي العربي ،UNDP، نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية.
- بو جلال، عبدالله (1991 م). " الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي" ، ***المستقبل العربي***. المجلد 146، العدد 4، ص 40-58.
- تركستاني، عبدالعزيز (2004 م). ***سيكولوجية التأثير والإقناع عبر التلفزيون***. الجمعية السعودية للإعلام والإتصال، الرياض.
- الجبور، سناء (2010 م). ***الإعلام والرأي العام العربي والعالمي***. دار اسامة للنشر، عمان.
- الحلواني، ماجد (2005م)، ***مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي***، ط1،عالم الكتب، القاهرة.
- الحميدي، عاصف (2004 م). ***العمل الإذاعي والتلفزيوني***. ط1. المؤلف، ابوظبي.
- روو، وليم أيه. ***الصحافة العربية: الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي***، ترجمة: د. موسى الكيلاني، مركز الكتب الأردني، عمان ، 1989م.
- صالح، سليمان (2007 م). ***ثورة الإتصال وحرية الإعلام***. مكتبة الفلاح ، عمان.
- العبد، نهى، (2005 م). ***اطفالنا والقنوات افضائية***. ط1. دار الفكر العربي، القاهرة.
- عبدالحميد، محمد (2000م). ***نظريات الإعلام واتجاهات التأثير***.ط2. عالم الكتب، القاهرة.
- عبد الرحمن، عواطف (1980 م). " دور الإعلام المصري في صياغة الرأي العام "، **قضايا عربية**، مجلد 7، العدد 12.

- عبد اللاه، عزه عبد العزيز (2006 م). ***مصداقية الاعلام العربي***. دار العربـي للنـشر والتوزيع، القاهرة.
- العربي، عثمان (2005م). " مصداقية الصحافة الإلكترونية العربيـة لـدى الجمهـور السعودي :دراسة مسحية على متصفحي الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض"، ***مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي***، كلية الإتصال، جامعة الشارقة، الشارقة.
- العزام، عبدالمجيد و هادية خزنة كاتبي (2010م). " اتجاهات الأردنيـين نحـو الأداء الإعلامي: دراسة استطلاعية"، ***مجلة جامعة دمشق***، المجلد 26، العدد (الثالث والرابع).
- علم الدين، محمود (1989م). ***مصداقية الاتصال***. دار الوزان للطباعة والنشر، القاهرة.
- علي، خالد صلاح الدين حسن (2006م). " مستويات مصداقية وسائل الاعلام المـصرية لدى الجمهور المصري: دراسة كمية/ كيفية في إطار النموذج البنائي للمصداقية"، ***المجلة المصرية لبحوث الإعلام***، جامعة القاهرة، العدد 26: 127-179.
- عيساني، رحيمة الطيب (2008م). ***مدخل الى الاعلام والاتصال***. عالم الكتـب الحـديث للنشر والتوزيع، عمان.
- القحص، خالد (يوليو/ 2007م). " الحيادية في وسائل الاعلام"، ***جريدة الـوطن***، العـدد 3679، الكويت.
- القرني، علي بن شويل (2003م). ***معالجة الصحافة السعودية للقضايا المحلية: دراسـة تحليل مضمون في علاقة الصحافة بالسلطة***. جامعة الملك سعود، الرياض.
- كامل، آمال(1998م). "مصداقية التلفزيون"، ***المجلة الإجتماعية القومية***، القاهرة، المجلد 35، العدد 2.
- الكلالدة، ظاهر، و جودة، محفوظ (1999م). ***اساليب البحث العلمي***. دار زهران للنـشر والتوزيع، عمان.
- نوير، عبد السلام .(1998م). " مصداقية الإذاعة لدى الجمهور المـصري الإذاعـة المصرية العربية الأجنبية الناطقة بالعربية :دراسة مقارنة"، ***المجلة الإجتماعية القومية***، القاهرة، المجلد 35، العدد 2.
- مزيد، محمود احمد (2008م). ***التلفزيون والطفل***. الدار العالمية للنشر، القاهرة.
- محمود، حسن اسماعيل (2004م). " استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية الترفيهيـة والاشباعات المتحققة"، ***المجلة المصرية لبحوث الرأي العام***، جامعة القاهرة، 5 (2).
- مصطفى، هويدا (2003م). " مصداقية وسائل الاعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الاعلامية للحرب على العراق"، ***المجلة المصرية لبحوث الإعلام***، جامعـة القاهرة، العدد (21): 1-74.

- مكاوي، حسن (1994م). *اخلاقيات العمل الاعلامي:دراسة مقارنة*. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- مكاوي، حسن عماد، و السيد، سعيد محمد(1998م). *الاتصال ونظرياته المعاصرة*. الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- مكاوي، حسن عماد، و الشريف، محمد،(2000م). *نظريات الاعلام*. ط1. مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة.
- الموسى، عصام(1995م). *المدخل في الاتصال الجماهيري*. ط3. مكتبة الكتاني، اربد.
- الموسى، عصام(2012م). *المدخل في الاتصال الجماهيري*. ط7. إثراء للنشر والتوزيع، عمان.
- الموسى، عصام (حزيران، 2010م). " الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق"، *المستقبل العربي*، المجلد 33، العدد 376 ، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- مهنا، فريال (2002م). *علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية*. دار الفكر المعاصر، بيروت.
- نصار، سهام (2003م). " تأثير المصداقية على علاقة الصفوة بالصحافة المصرية"، *مؤتمر اخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق*.ج4. كلية الاعلام، جامعة القاهرة (مايو 2003م).
- الهاشمي، محمد هاشم (2011). *الإعلام الكوني وتكنولوجيا المستقبل*. ط1. دار المستقبل للنشر، عمان.
- همشري، عمر (1990). " اتجاهات طلبة علم المكتبات نحو مهنة المكتبات في الأردن " ، *مجلة دراسات* ،الجامعة الأردنية، مجلد 17 أ، عدد 3.

ب)- دراسات غير منشورة:

- بواعنة، رياض (1999م). *نشرة الاخبار الرئيسية في التلفزيون الاردني باللغة العربية- القناة الاولى*، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة بغداد.
- حرب، قبلان عبده (2008م). *اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الاخبارية في التلفزيون الاردني*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط ، عمان.
- الحسن، نديم ربحي (2008م). *اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية* ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- العتيبي، نائف مطلق فهيد (2007م). *مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات جامعة الملك سعود : دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة*، رسالة

ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

- عريقات، أحمد (2007م). ***دور التلفزيون الأردني في توعية الشباب اثناء الانتخابات البرلمانية عام 2007***، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- العلاوين، لبنى(2009م). ***تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الاعلامية: مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية "انموذجا"***، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان.
- المهداوي، فارس حسن (2009م). ***اخبار العراق في الفضائيات العربية***، رسالة دكتوراه ، كلية الاداب والتربية، الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.

مواقع الكترونية أشير إليها في متن الدراسة:

- ابسوس ستات الأردن للابحاث: (http://www.ipsos.com: لا يوجد رابط كون الموقع لشركة خاصة، ويمكن الحصول على المعلومات بالتواصل مع الشركة من خلال الموقع الإلكتروني المذكور، أو على عنوان الشركة التالي: شارع الشهيد وصفي التل، عمان، الأردن).
- نقابة الصحفيين الأردنيين: (http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx)
- دليل القنوات العربية الفضائية، (http://www.tv-arab.net/PHP/index.php5?p=sender&m=all)
- المركز الأردني لابحاث الاتصال،(www.jcmcr.com//t).
- (المركز الأردني للاعلام، http:www.jordan. jo)
- **قانون نقابة الصحفيين رقم 15 لسنة 1998، موقع نقابة الصحفيين الأردنيين:** (http://www.jpa.jo/arabic/default.aspx).
- تصريحات رئيس الوزراء عبدالله النسور حول الدعم النقدي للاسر محدودة الدخل: (anbamoscow.com/ aworld_ economy/20121113/377962978.html).

- (http://www.akhbaralarab.net/index.php/varieties/31389-2011-01-06-21-27-56)
- (http://ar.wikipedia.org/wiki)
- http://www.alittihad.ae/wajhatdetails.php?id=63691#ixzz2EkgAZg9S
- http://www.facebook.com.roya.t
- http://www.jcmcr.com/?t=Guide&type=sat&order=asc&sort=name&page=12
- https://www.facebook.com/JOSAT.TV
- http://jornews.com/index.php?option=com_content&task=view&id=18363&Itemid =130
- http://factjo.com/pages/page.aspx?id=1&id2=0
- Jordan/infohttp://www.facebook.com/A1

- www.sama-jordan.tv
- الموسى،"الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق
(catu56.org/show3.php?page=show1.php&showit=977&table.)

المراجع الاجنبية:

- Abdullah, Rasha A. et.al.,(2002). "***The Credibility of Newspapers, TV and Online NEWS"***. USA, School of Communication, University of Miami, *http://www.miami.edu/comicar/miamibeach, htm.*
- Andaleeb, Syed Saad , et.,al.,(2009). " Credibility of TV News in a Developing Countries: The Case of Bangladesh", ***Journalism and Mass Communication Quarterly***, 89 (1) 73-90. , *http:// jmcq.sagepub.com*
- Anderson, K. & Clevenger, Theodre Jr., (June, 1963). " A Summary of Expermintal Researc on Ethos", ***Speech Monographys***, 30: 59-78.
- Bradly D.J. (1997). "Enhancing the Credibility of Media Institutions: An Experimental Analysis Involving Local Television News Organizations and the World Wide Web ",The University of Tennessee, Knoxville U.S., ***Dissertation Abstracts International***, vol.60-08A, #AAI9944231, p.2724.
- Dube, Richard, (1998), "Focus of Attention: A Behavioral Perspective on Media Credibility", *(online), http:// www. Scientific_Papers/ academic88/focus of attention/ Richard Dube/html, pp.1-10.*
- Gaziano, Cecili., and McGrath, Kiristin. (1986, Autumn)." Measuring the Concept of Credibility". ***Journalism Quarterly***, 63(3), 451-462.
- Gillespie, M.,(2004), " Media Credibility Reaches Lowest Point in Three Decades" , *(0nline), available: http:// www. Gallup. Com/ Poll/ Content/Login. Aspx? Ci-13132, pp.1-5.*
- Goldfarb, B., (2003), "Journalistic Credibility in Deceptive Times: Reporters And Publishers Face A Newly Cynical Public", (online), available: www. Brucegoldfrab. Com/ August Eye_Goldfarb.
- Gunther, C. A., (1992), " Biased Press or Biased Public? Attitudes Toward Media Coverage of Social Groups", ***Public Opinion Quarterly***, Vol.56, No. 2.
- Hovland, Carl and Weiss, Walter,(Winter,1951), " The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness", ***Public Opinion Quarterly***, 15: 635-650.
- Infante, Dominic A.(Spring, 1980), " The Construct Validity of Semantic Differentia Scales for the Measurement of Source Credibility", ***Communication Quarterly***, 28: 19-26.

- Katz, D., " The Functional Approach to the Study of Attitudes", ***Public Opinion Quarterly***, 1960 (24), pp. 163-204.
- Kuldip R. Rampal and W.Clifton Adams,(September 1990), "Credibility of the Asian News Broadcasts of the Voice of America and the British Broadcasting Corporation", ***GAZETTE***, vol.46, No.2, pp.93-109.
- Lee, Raymond S.(Summer,1975), " The Credibility of Newspaper and TV News", ***Journalism Quarterly***, Vol.55, pp.282-83.
- Major, M. Ann & Atwood, L. Erwin, (1997), "Changes In Media Credibility When A Predicted Disaster Doesn't Happen", ***Journalism and Mass Communication Quarterly***, vol.74, #4, pp. 797-813.
- Meyer, Philip,(Autumn 1988), "Defining and Measuring Credibility of Newspapers: Developing an Index", ***Journalism Quarterly***, Vol.65, pp.567-589.
- Mullainathan, S., & Shleifer, A., (2002), " Media Bias", (Online), available: http:// www. Posteconomics. Harard. Edu/ Faculty/ Shleifer/ Papers/ Mediabias, html. Pp. 3-5.
- Nafziger, Ralph & White, David (1983), ***Introduction of Mass Communication Research***, Lousiana State Univ. Press.
- Rugh, William A. (2004), ***Arab Mass Media: Newspapers, Radio, and Television In Arab Politics***,Westport, CT: Praeger.
- Seibert, Thomas, C., Peterson,Theodor, & Schramm, Wilbur(1963), ***Four Theories of The Press***, Urbana, University of Illinois Press.
- Smith, Brewster, " Political Attitudes", In Jeanne Knuston (ed), ***A Handbook of Political Psychology***, Worcester. 1973.
- Thomas, C.,(2004), "The Media's Trust Problem", (Online), available: http:// www.Townhill. Com/ Opinion/ Calthomas/ 2004/ 09-29-13174/ html. Pp 1-10.

ملحق رقم (1)

الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

السيدات والسادة أعضاء نقابة الصحفيين المحترمين،
تحية طيبة وبعد،

يجري الباحث دراسة علمية بعنوان : " مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين: دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة " ، وهي جزء من متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، بكلية الإعلام في جامعة اليرموك. ونظرا لأهمية رأيكم كإعلاميين مختصين، وأثره في دراسة وتقييم مصداقية القنوات الفضائية الأردنية، فأرجو منكم الإجابة على أسئلة الإستبانة المرفقة، علماً أن الإجابات ستستخدم لغايات البحث العلمي فقط. ولا يسعني في الختام إلا أن اشكركم ايها الإخوة منتسبي نقابة الصحفيين الأردنيين، واقدر لكم ما ستبذلونه من وقت وجهد في تعبئة هذه الاستبانة، سائلا المولى عزوجل أن يديم عليكم الصحة والعافية، ويوفقكم لكل خيرٍ وعطاء.

وتفضلوا بقبول وافر الشكر والعرفان ،،

الباحث / عبدالخالق عبدالمجيد العزام
هاتف (0788660186)

•الجزء الأول: البيانات الشخصية الأساسية:

(يرجى وضع علامة x في المكان المخصص أمام الإختيار المناسب)

1- العمر: ( ) 30 سنة فما دون ( ) 31-40 سنة ( ) 41 – 50 سنة ( ) 51- 60 ( ) 61 فأكثر

2- النوع الاجتماعي : ( ) أنثى ( ) ذكر

3- الحالة الاجتماعية: ( ) أعزب ( ) متزوج ( ) مطلق ( ) أرمل

4- عدد أفراد اسرتك التي تعيلها:( ) إثنان فأقل ( ) ثلاثة ( ) اربعة ( ) خمسة ( ) ستة افراد فأكثر

5- معدل الدخل الشهري بالدينار الأردني:( ) 300 دينار فما دون ( ) 301 - 500 ( ) 501-750 ( ) 751-1000 ( ) 1001-2000 ( ) اكثر من 2000 دينار

6- مدة فترة العضوية في النقابة:( ) 1-5 سنوات ( ) 6-10 سنوات ( ) 11-15 سنة ( ) 16 سنة فأكثر.

7- المستوى التعليمي:( ) ثانوي فمادون ( ) كلية متوسطة ( ) بكالوريوس ( ) دبلوم عالي ( ) ماجستير ( ) دكتوراه.

8- تخصص دراستك الدقيق: ( ) صحافة ( ) إذاعة وتلفزيون ( ) علاقات عامة ( ) أخرى، اذكرها لطفاً ....

9- مجال العمل الحالي: ( ) الصحافة ( ) الإذاعة ( ) التلفزيون ( )العلاقات العامة ( ) أخرى، اذكرها لطفاً: ....

• الجزء الثاني: متابعة نشرات الأخبار:

(يرجى وضع علامة x في المكان المخصص أمام الإختيار المناسب)

1- هل تشاهد القنوات التلفزيونية الإخبارية الأردنية: ( ) نعم ( ) لا

<u>(إذا كنت لا تشاهد فأرجو التوقف عن الإجابة عند هذ الحد وشكرا لكم).</u>

1- كم من الوقت تقضيه في المعدل عادة في مشاهدة القنوات التلفزيونية الإخبارية الأردنية في يوم من أيامك الاعتيادية؟ ( ) أقل من ساعة ( ) من ساعة إلى ساعتين ( ) أكثر من ساعتين

2- ما مدى اهتمامك بمتابعة نشرات الأخبار بشكل عام؟

( ) كبير جدًا ( ) كبير ( ) متوسط ( ) قليل ( ) قليل جدا

3- كم نشرة إخبارية تلفزيونية عادة تشاهد في اليوم؟

( ) نشرة واحدة ( ) نشرتين ( ) ٣ نشرات ( ) أكثر من ٣ نشرات

( ) لست منتظماً في مشاهدة نشرات الأخبار.

4- الرجاء تبيان درجة متابعتك لنشرات الأخبار من خلال القنوات التلفزيونية الأردنية التالية:

درجة المتابعه / القناة	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	قليلة	قليلة جدا
1- التلفزيون الأردني					
2- الفضائية الاردنية					
3- الحقيقة					
4- رؤيا					
5- جوسات					
6- نورمينا					
7- سفن ستارز (Seven Stars)					
8- سما الأردن					
9- A1 Jordan					

• **الجزء الثالث: دوافع التعرض للأخبار على القنوات التلفازية الأردنية :**

5- ما الدوافع التي تجعلك تشاهد البرامج الإخبارية في القنوات التلفزيونية المحلية الأردنية؟

(يرجى وضع علامة x في المكان المخصص لكل فقرة)

درجة الدافع / الدوافع	عالية جدا	عالية	متوسطة	قليلة	قليلة جداً
1- فهم واقع الأحداث الجارية					
2- معرفة الاخبار المحلية					
3- معرفة ثقافات جديدة					
4- معرفة السلع والخدمات من خلال الاعلانات					
5- الاستفادة في مجال العمل					
6- التسلية والترفيه					
7- اكتساب مهارات جديدة					
9- القدرة على التصرف في المواقف المختلفة					
10- الإنفتاح على العالم					
12- الحصول على موضوعات تنمي قدرة الحوار مع الاخرين					
13- اشاهد الأخبار بحكم العادة					

• **الجزء الرابع: ابعاد المصداقية: (يرجى وضع علامة x في المكان المخصص أمام الإختيار المناسب)**

٦- فيما يلي قائمة بأهم ابعاد المصداقية " وتلخيص لتعريفاتها المتعارف عليها بين الباحثين" : بين لطفاً درجة اتفاقك مع كل بعد:

درجة الموافقه / البعد	أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1- الحرية (عدم وجود قيود حكومية تحد من إمكانية التعبير وإبداء الرأي					
2- الثقة (الموثوقية في مصدر الخبر)					
3- الموضوعية(التجرد والنزاهة والتوازن في نشر الخبر)					
4- الشمول (تقديم جميع عناصر الخبر)					
5- الاستقلالية(عدم الرضوخ لضغوط المالك في حجب وجهات النظر المتباينة)					
6- الدقة (إثبات المصدر والتواريخ والأرقام والإحصاءات)					
7- الحياد (تقديم الأخبار دون انحياز من طرف المرسل)					
8- الإنصاف في تقديم الخبر					
9- القرب من الخبر أو الحدث					
10- الخبرة (المعرفة الواسعة في مجال الأعلام)					
11- الأمانة (تقديم الخبر كما هو دون تشويه الحقيقة)					
12- الوضوح (في اللغة والأفكار وطريقة إذاعة الخبر)					
13- المسؤولية الاجتماعية(تناول الأحداث التي تمس مصالح الجمهور					
14- الكفاءة (إذاعة الأخبار بمهنية إعلامية)					

• **الجزء الخامس: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية: (يرجى وضع علامة x في المكان المخصص أمام الإختيار المناسب)**

٧ - **القنوات الحكومية**: إذا كنت تتابع نشرات الأخبار في أي من القناتين الأردنيتين الحكوميتين التاليتين (التلفزيون الأردني و الفضائية الأردنية): بين درجة اتفاقك حول ابعاد المصداقية التالية:

درجة الاتفاق / الابعاد	أوافق بشدة	أوافق	لا رأي	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1- تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية					
2- تحظى بثقة المشاهد					
3- تعرض الأخبار بموضوعية					
4- تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث					
5- تقدم الأخبار باستقلالية					
6- تعرض الأخبار بدقة					
7- تقدم الأخبار بحيادية					
8- تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك					
9- تقدم الأخبار بإنصاف					
10- تقدم الأخبار بخبرة مناسبة					
11- تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق					
12- تقدم الأخبار بوضوح					
13- تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور					
14- تقدم الأخبار بكفاءة					

٨ - **القنوات الخاصة:** إذا كنت تتابع نشرات الأخبار في أي من القنوات الأردنية الخاصة التالية: (الحقيقة ، و رؤيا، جوسات، نورمينا، سفن ستارز (Seven Stars)، سما الأردن، و Al Jordan): بين لطفاً درجة اتفاقك حول ابعاد المصداقية التالية:

درجة الاتفاق / الابعاد	أوافق بشدة	أوافق	لا راي	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1- تقدم الأخبار بسقف عالٍ من الحرية					
2- تحظى بثقة المشاهد					
3- تعرض الأخبار بموضوعية					
4- تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث					
5- تقدم الأخبار باستقلالية					
6- تعرض الأخبار بدقة					
7- تقدم الأخبار بحيادية					
8- تقدم الأخبار القريبة والمهمة لك					
9- تقدم الأخبار بإنصاف					
10- تقدم الأخبار بخبرة مناسبة					
11- تقدم الأخبار بأمانة دون تشويه الحقائق					
12- تقدم الأخبار بوضوح					
13- تقدم الأخبار بحس من المسؤولية إزاء الجمهور					
14- تقدم الأخبار بكفاءة					

• **الجزء السادس: مصداقية الأخبار التلفزيونية الأردنية بحسب الموضوعات التي تقدمها:**

٩ - فيما يلي قائمة بموضوعات الخبر المتنوعة التي تبثها قنوات التلفزة المحلية الأردنية: بين لطفاً درجة مصداقية كل منها من وجهة نظرك؟

(يرجى وضع علامة x في المكان المخصص أمام الخيار المناسب)

درجة المصداقية / موضوع الخبر	مصداقية عاليه جدًا	مصداقية عاليه	مصداقية متوسطة	مصداقية قليلة	مصداقية قليلة جداً
1- الأخبار السياسية					
2- الأخبار الاقتصادية					
3- الأخبار العسكرية					
4- الأخبار الأمنية					
5- الأخبار الثقافية					
6- الأخبار الاجتماعية					
7- الأخبار الرياضية					
8- الأخبار العلمية					
9- الأخبار الفنية					
10- الأخبار الدينية					